

s respektem k praze

Strategie příjezdového cestovního
ruchu hl. m. Prahy 2024—2027

prague.eu

praha

s respektem k praze

Strategie příjezdového cestovního
ruchu hl. m. Prahy 2024—2027

6	úvod	17	2. postcovidový cestovní ruch v srdci evropy / postcovidový vývoj	32	návrhová část	39	4. praha udržitelná
7	manažerské shrnutí			34	strategické cíle	39	4.1 vztah rezidentů a podnikatelů k praze
8	datová a analytická část	17	2.1 evropské zdrojové trhy mají nyní ještě větší význam	36	1. praha zisková	39	4.2 partnerstvím k prosperitě a udržitelnosti
9	1. reflexe příjezdového cestovního ruchu / praha za časů pandemie	18	2.2 kontinuální rozvoj domácího cestovního ruchu	36	1.1 cestovní ruch s vysokou přidanou hodnotou	39	4.3 spoluprací a inovacemi ke špičkovým službám
9	1.1 praha covidem utrpěla více než ostatní metropole	18	2.3 rozvoj mice turismu	36	1.2 tvorba a komunikace nabídky pro kultivovanou a bonitní klientelu	40	indikátory naplňování strategie
10	1.2 domácí návštěvníci zachraňují cestovní ruch v době krize	19	2.4 důraz na udržitelnost	36	1.3 podnikání v cestovním ruchu	41	indikátory naplňování implementačního plánu
13	1.3 cestovní ruch se rozprostírá do širší části města	21	3. naplňování koncepce příjezdového cestovního ruchu hmp 2020—2023	37	2. praha odolná	44	zdroje
13	1.4 i přes pokles počtu turistů zůstává zatížení metropole cestovním ruchem poměrně vysoké	21	3.1 priorita: udržitelný cestovní ruch s vysokou přidanou hodnotou	37	2.1 strategickým řízením k odolné destinaci	44	přehled použitých zdrojů
14	1.5 praha si stále udržuje výsadní postavení v cestovním ruchu	23	3.2 priorita: zájmy prahy a pražanů vždy na prvním místě	37	2.2 rozhodování založené na datech	45	seznam zkratk strategie
15	1.6 příjmy z cestovního ruchu komparativně rostou	23	3.3 priorita: praha značkou kvality, kultivovanosti a výjimečnosti	37	2.3 posilování pozice prahy jako bezpečného města	48	projekty implementačního plánu na období 2024—2027
16	1.7 příjmy z turismu do městského rozpočtu výrazně narostly díky zvýšení poplatku z pobytu, poplatek je však ve srovnání s evropou stále nízký	24	3.4 priorita: s láskou pečovat o kulturní dědictví a veřejný prostor	38	3. praha strategicky rozvíjená		
16	1.8 sentimenty rezidentů prahy k turismu jsou překvapivě pozitivní	24	3.5 priorita: domácí cestovní ruch na vzestupu	38	3.1 budování a rozvoj infrastruktury v cestovním ruchu		
		24	3.6 priorita: praha jako top kongresová destinace	38	3.2 zklidnění centra města, doprava v Praze		
		25	3.7 priorita: strategie založené na datech a digitalizace	38	3.3 kultivace veřejného prostoru		

úvod



8. nejlepší turistická destinace světa podle Lonely Planet



5. nejžádanější kongresová destinace podle ICCA



2. nejkulturnější metropole světa podle Time Out



14. nejnavštěvovanější město Evropy



jedno z největších integrálních území zapsaných na seznamu světového kulturního dědictví UNESCO



jedno z nejzelenějších měst světa, celosvětově je na 13. místě, v Evropě dokonce na 10. místě



2. nejlepší MHD na světě



3. nejbezpečnější metropole světa podle William Russel



170+ přímých leteckých spojení



bezvízový styk s 89 zeměmi



o 15 % vyšší návštěvnost kongresu, pokud se koná v Praze

manažerské shrnutí

Cestovní ruch přináší městu a jeho rezidentům mnoho finančních i nefinančních přínosů, zároveň ale může vést ke snížení kvality života obyvatel a je spojen s rizikem ohrožení výjimečné světové hodnoty a jedinečného genia loci Pražské památkové rezervace.

Smyslem předkládané Strategie příjezdového cestovního ruchu hlavního města Prahy (dále jen Strategie) je zajistit rovnováhu mezi ekonomickými přínosy cestovního ruchu a strategickými zájmy města, kterými jsou environmentální, kulturní, sociální a ekonomická udržitelnost, zvyšování kvality života Pražanů, zajištění jejich bezpečnosti a také ochrana a rozvoj jejich kultury a historického dědictví. Jinými slovy: maximalizace pozitiv cestovního ruchu a minimalizace negativ s ním spojených.

Snahou tohoto dokumentu je nastavit pravidla cestovního ruchu v Praze tak, aby byla v souladu se zájmy města a jeho obyvatel a aby cestovní ruch přispíval ke zlepšení kvality života rezidentů.

První část Strategie přináší robustní analýzu dostupných dat se zaměřením na reflexi vývoje cestovního ruchu v posledních pěti letech, komparaci příjezdového cestovního ruchu Prahy s dalšími destinacemi. Sumarizuje klíčové aktivity a přínosy Prague City Tourism a roli společnosti v naplňování Koncepce příjezdového cestovního ruchu z roku 2020. Přináší také analýzu globálních trendů a změn spotřebitelského chování, které budou segment cestovního ruchu zásadně ovlivňovat v následujících letech. Druhá, návrhová část, rozpracovává čtyři vize pro Prahu — Praha zisková, Praha odolná, Praha strategicky rozvíjená a Praha udržitelná do konkrétních klastrů cílů na roky 2024—2027.

Efektivní naplňování Strategie není možné dosáhnout pouze silami Prague City Tourism, ale vyžaduje formalizované zapojení všech relevantních aktérů, jako jsou Magistrát hlavního města Prahy, městské části, klíčové organizace a instituce na úrovni města i státu, místní obyvatelé či podnikatelský a neziskový sektor. Vyžaduje provázanost všech odpovídajících strategických a regulačních opatření a synergií všech nástrojů, které má město k dispozici.

datová a analytická část



1. reflexe příjezdového cestovního ruchu / praha za časů pandemie

1.1 praha covidem utrpěla více než ostatní metropole

Před pandemií patřila Praha k nejnavštěvovanějším destinacím v Evropě, přičemž se pravidelně umísťovala na předních místech v počtu přenocování. V roce 2019 byla na devátém místě v počtu přenocování návštěvníků, překonala tak i světoznámé destinace jako Amsterdam či Lisabon.

Covid-19 v roce 2020 zasáhl cestovní ruch jako jedno z prvních odvětví ekonomiky a na několik dalších let jeho rozvoj utlumil na minimum. Vzhledem k charakteru

restrikcí přijatých s cílem zbrzdit tempo šíření pandemie byl domácí a zejména mezinárodní cestovní ruch sražen na minimální hodnoty.

Vzhledem k dlouholeté výrazné orientaci Prahy na zahraniční návštěvníky byla metropole pandemií zasažena výrazněji než jiné destinace. Z 9. místa žebříčku nejnavštěvovanějších evropských měst poklesla Praha o dva roky později na 14. místo.

počet přenocování v letech 2019 — 2022

rok '22	rok '21	rok '19	destinace	celkový počet přenocování 2022	2021–22 % změna	2019–22 % změna
1	1	1	Londýn	59 128 410	131,50 %	-30,50 %
2	2	2	Paříž	50 126 359	144,90 %	-4,40 %
3	3	5	Istanbul	29 629 533	59,50 %	23,80 %
4	4	3	Berlín	26 553 606	89,80 %	-22,20 %
5	15	4	Řím	20 323 749	303,70 %	-30,10 %
6	9	7	Barcelona	19 733 712	224,80 %	-0,60 %
7	10	10	Amsterdam	18 246 609	171,00 %	-0,70 %
8	5	6	Madrid	17 660 171	61,60 %	-14,60 %
9	7	11	Mnichov	16 018 285	101,50 %	-12,40 %
10	8	12	Hamburg	14 711 067	96,10 %	-4,60 %
11	6	13	Stockholm	14 341 693	55,30 %	-6,30 %
12	11	8	Vídeň	13 900 765	157,10 %	-25,40 %
13	14	14	Lisabon	13 316 120	156,80 %	-3,60 %
14	12	9	Praha	13 221 015	151,50 %	-28,50 %
15	13	15	Milán	11 142 238	112,00 %	-13,90 %

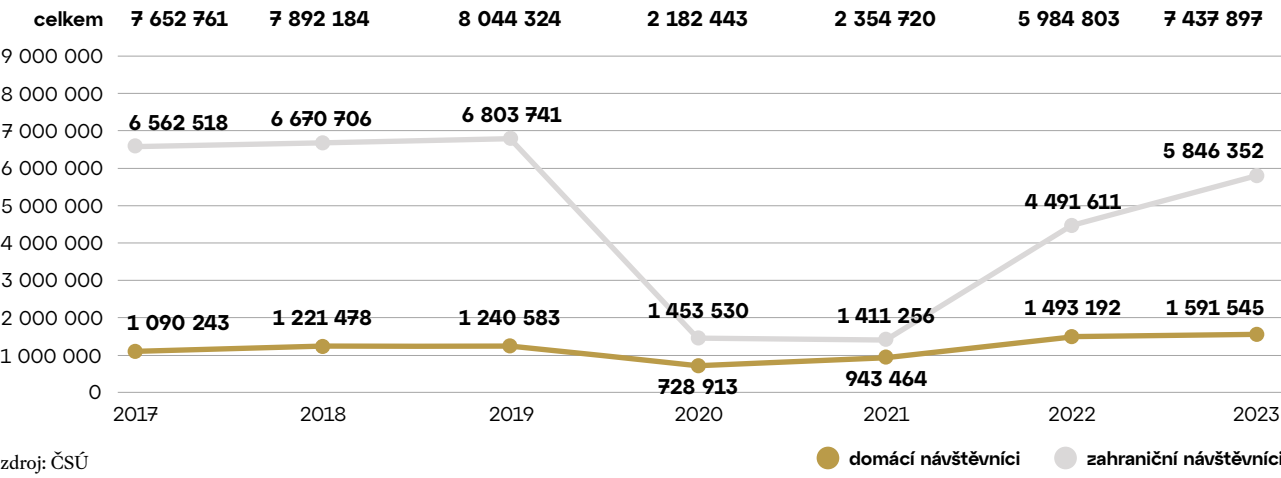
zdroj: CityDNA

1.2 domácí návštěvníci zachraňují cestovní ruch v době krize

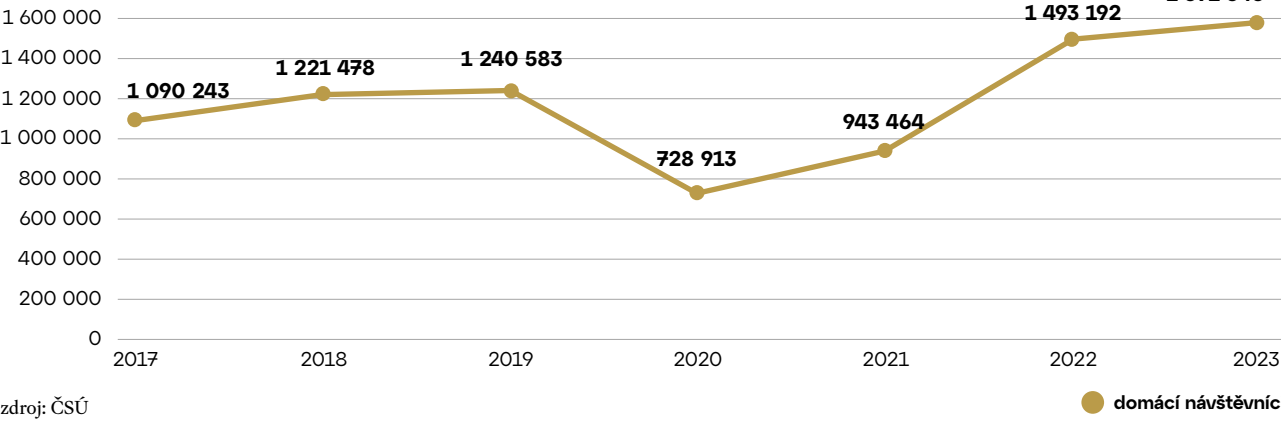
Roky 2021 a 2022 znamenaly pro Prahu pokles návštěvnosti o více než 70 % oproti roku 2019. Pandemie dále potvrdila význam domácího cestovního ruchu, který v krizových obdobích vykazuje významně

vyšší odolnost. Domácího cestovního ruchu se restriktce dotkly nepoměrně méně než zahraničního. S tím souvisí i fakt, že počet návštěvníků Prahy z řad českých rezidentů zůstal relativně stabilní. Mezi velké úspěchy pandemického a postpandemického vývoje patří i to, že ve druhé polovině roku 2021 a v průběhu celého roku 2022 hlavní město evidovalo více domácích návštěvníků než před pandemií.

vývoj návštěvnosti v praze

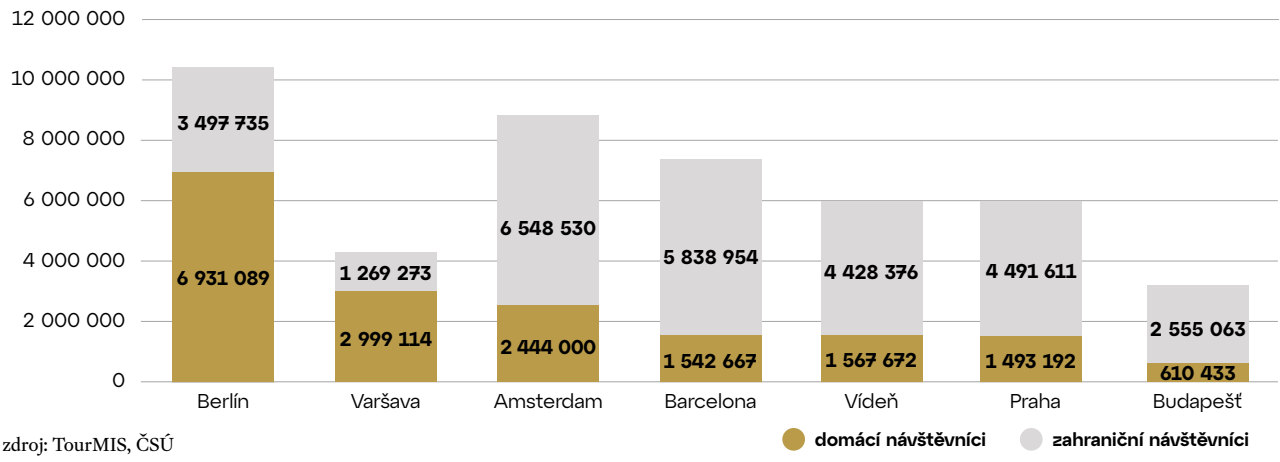


vývoj návštěvnosti v praze

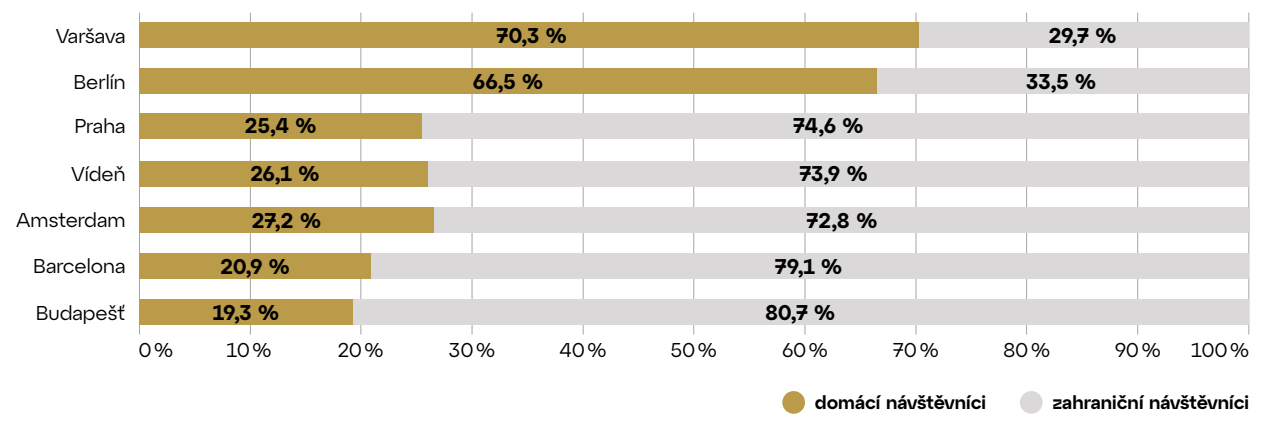


Praze se systematickými marketingovými kampaněmi pod značkou V Praze jako doma, cílenými na domácí návštěvníky, podařilo navýšit jejich počty tak, že se zvýšil i jejich podíl na celkovém počtu přijíždějících turistů. Praha, která před pandemií vykazovala jednu z nejnižších úrovní návštěvnosti mezi domácími turisty, téměř dohnala v tomto ohledu tradičně úspěšnější Vídeň, a dokonce předstihla Amsterdam či Barcelonu.

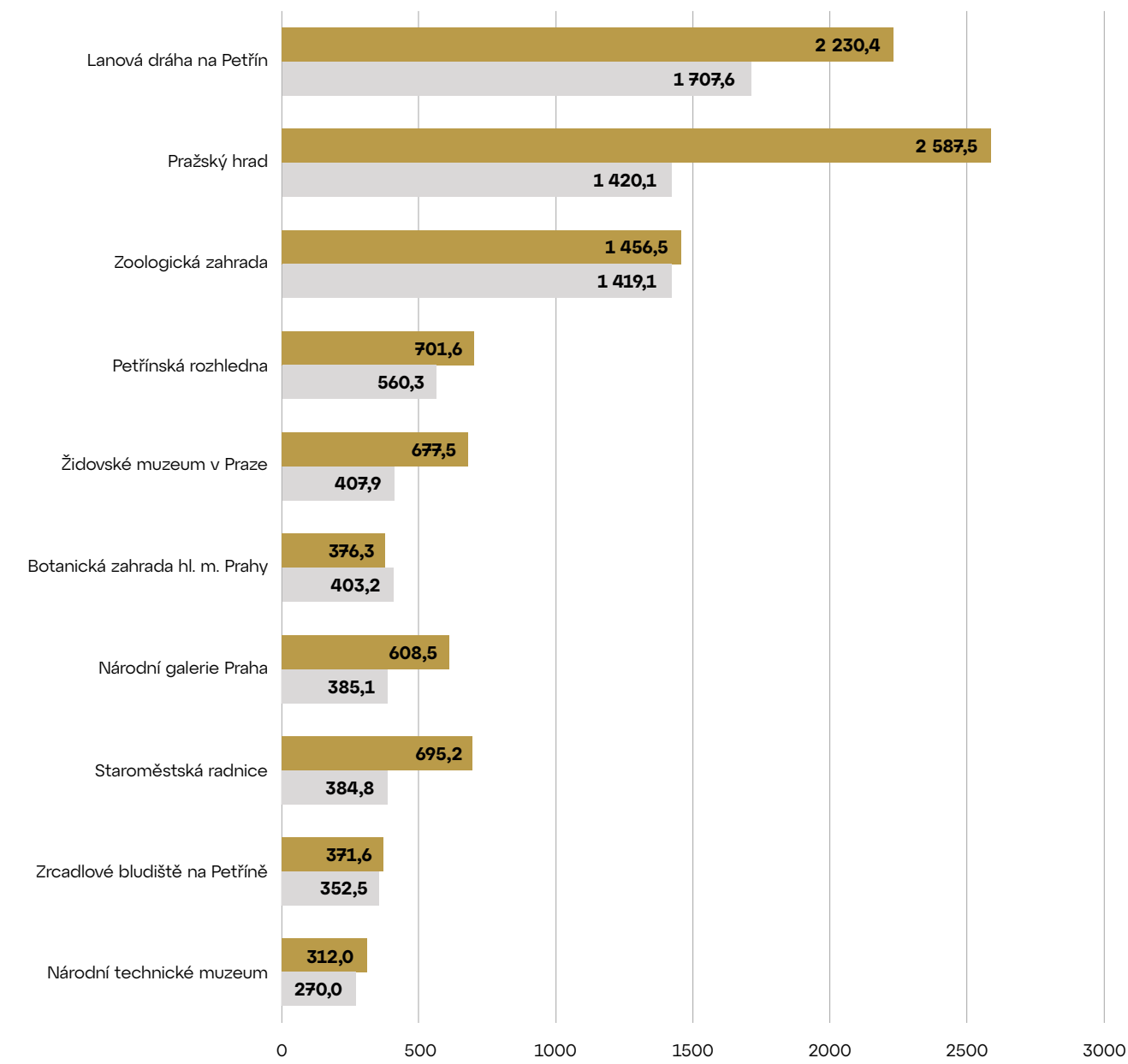
návštěvnost v evropských metropolích 2022



poměr návštěvnosti mezi domácími a zahraničními návštěvníky v evropských metropolích 2022



návštěvnost atraktivit prahy v tis. (2019 / 2022)

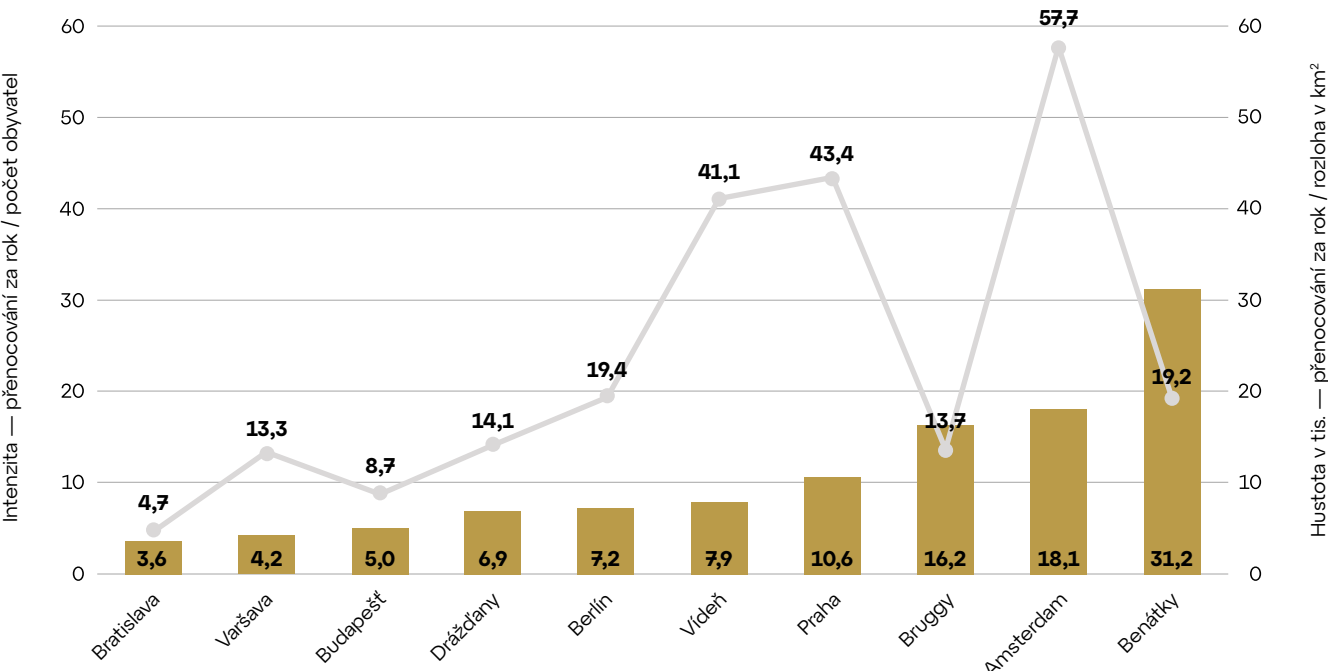


zdroj: TourMIS, Výroční zprávy PCT

1.3 cestovní ruch se rozprostírá do širší části města

V průběhu pandemie a po ní je evidentních několik změn v chování návštěvníků. Pozitivní pro Prahu je větší zájem návštěvníků o atraktivitu mimo vytížené centrum města, případně outdoorovější typy aktivit. V roce 2022 se dle interních databází Prague City Tourism podařilo distribuovat turisty rovnoměrněji v rámci města a odlehčit historickému centru o 7 % oproti období před covidem. Zároveň znatelně narůstá zájem o atraktivitu v přírodě a pobyt v parcích, na zelených plochách a v dalších oblastech mimo centrum města. Tento trend potvrzuje i návštěvnost turistických cílů. Od roku 2020 Praha eviduje výrazný nárůst návštěvnosti atraktivit, které jsou více v přírodě, případně více mimo turistické centrum.

intenzita a hustota cestovního ruchu



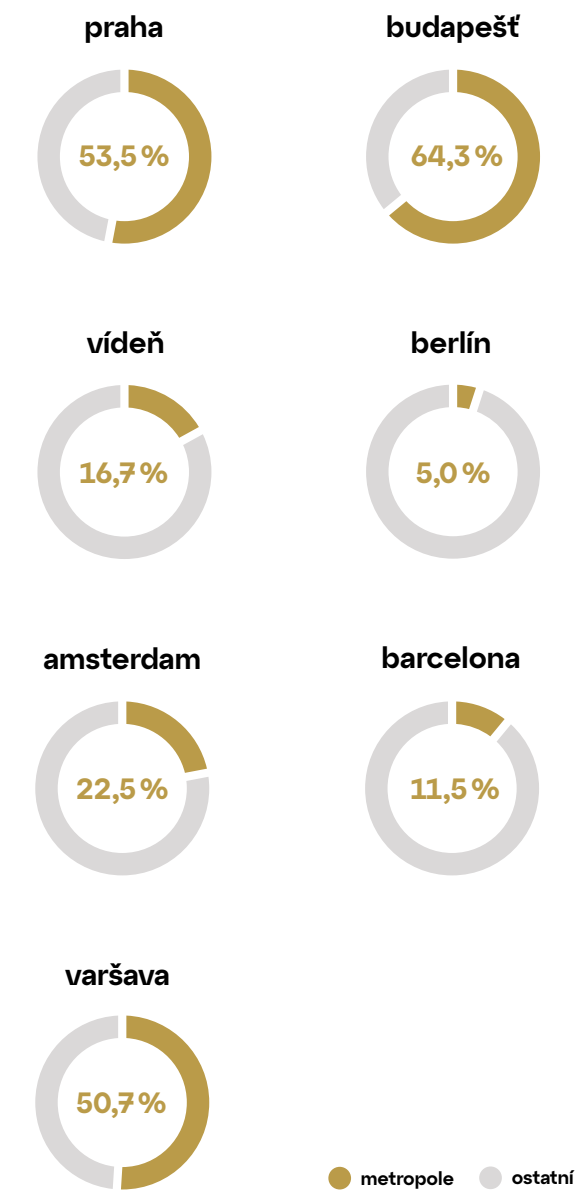
zdroj: TourMIS, Eurostat (data za rok 2022)

1.4 i přes pokles počtu turistů zůstává zatížení metropole cestovním ruchem poměrně vysoké

I přes pokles návštěvnosti v roce 2022 Praha patřila k nejvytíženějším destinacím Evropy, a to z hlediska intenzity i hustoty cestovního ruchu. Tyto indexy zatížení metropole jsou odvozené od velikosti metropole a počtu jejích obyvatel a ukazují relativní nápor na destinaci. Zatížení Prahy je tak vyšší než u řady metropolí s větším počtem příjezdějících návštěvníků.

intenzita turismu hustota turismu

přínos k hdp cestovního ruchu



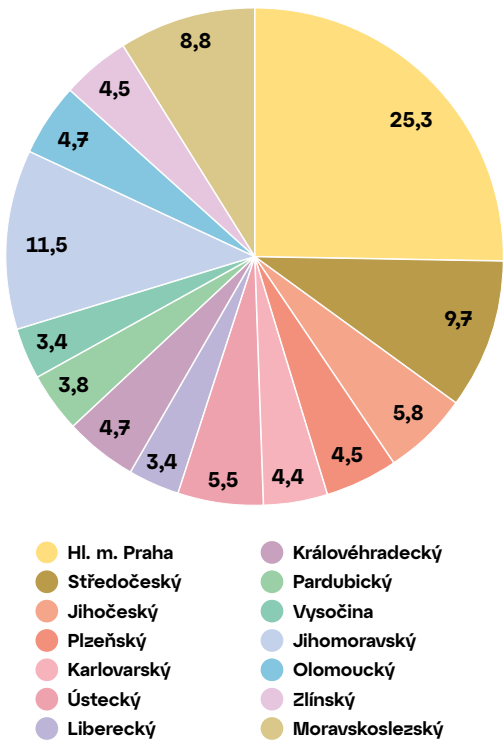
zdroj: WTTC

1.5 praha si stále udržuje výsadní postavení v cestovním ruchu

I přes nepříznivý vývoj několika posledních let si Praha udržuje významné postavení v cestovním ruchu. V porovnání se sousedními destinacemi tvoří velmi výraznou součást ekonomiky cestovního ruchu v České republice — generuje téměř 55 % HDP cestovního ruchu.

Zároveň je Praha nejvýznamnějším zaměstnavatelem v cestovním ruchu. V roce 2021 bylo v této oblasti zaměstnáno přes 54 tis. zaměstnanců na plný pracovní úvazek. Praha je tak suverénně největším zaměstnavatelem v cestovním ruchu ze všech krajů v České republice.

podíl na zaměstnanosti v cestovním ruchu

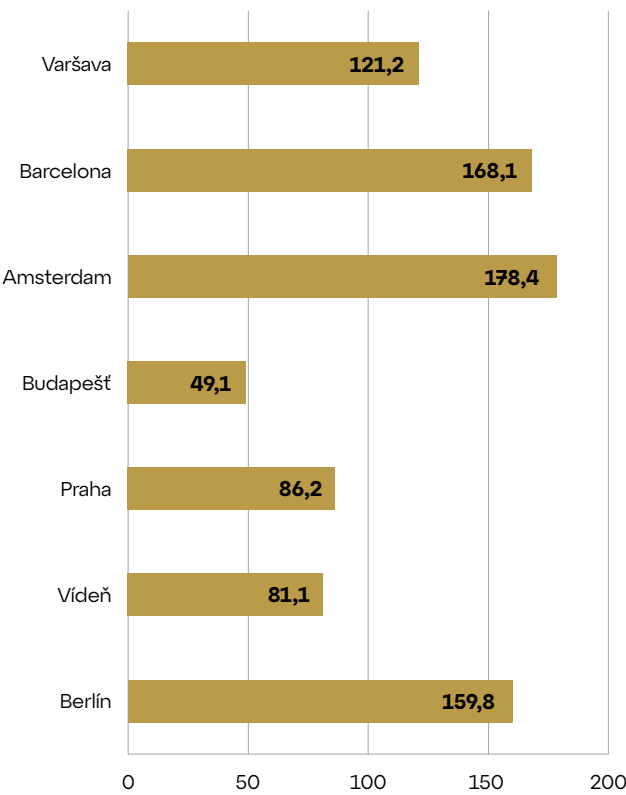


zdroj: ČSÚ — Satelitní účet (data za rok 2021)

1.6 příjmy z cestovního ruchu komparativně rostou

V rámci České republiky je Praha neoddiskutovatelně nejvýznamnější turistickou destinací. To se odráží i na ekonomických ukazatelích. Praha v rámci cestovního ruchu za rok 2022 vygenerovala okolo 86 miliard Kč. Předstihla tak nejen Budapešť, ale i Vídeň. Potenciál Prahy jako turistické destinace je patrný i na postupném otevírání nových luxusních hotelů jako je Andaz (Hyatt), Fairmont nebo Ritz Carlton.

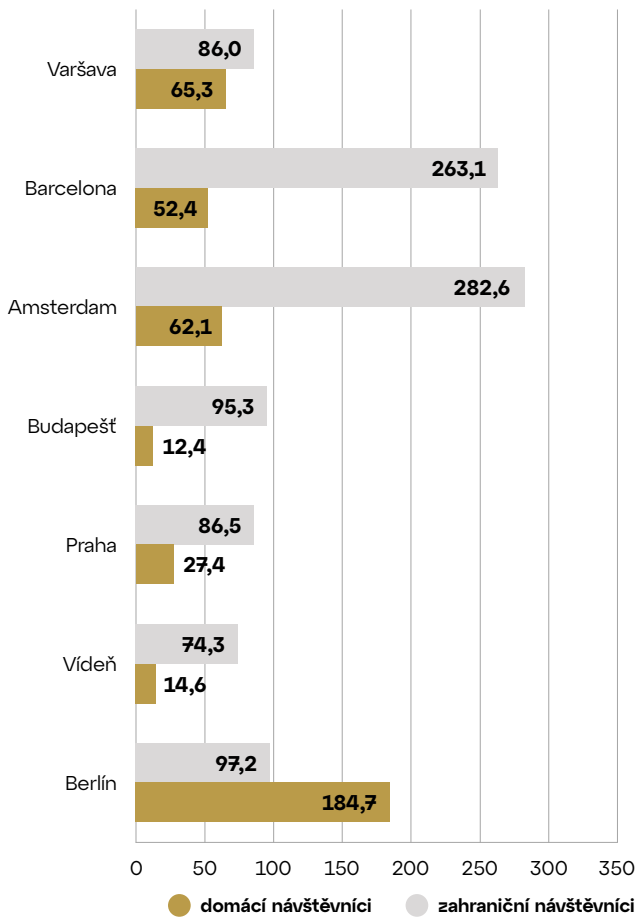
přínos cestovního ruchu pro hdp v mld. Kč



zdroj: WTTC
Přepočteno podle kurzů ČNB ze dne 24. 11. 2023

Pozitivním trendem bylo rovněž to, že v roce 2022 Praha dotahovala či přeskočila okolní destinace z hlediska útrat turistů v průběhu pobytu. Například útraty v restauracích se v Praze mezi roky 2019 a 2022 zvýšily o 42 % u domácích a o 9 % u zahraničních klientů. Zároveň domácí návštěvníci hlavního města vytvořili v Praze větší objem útrat než domácí návštěvníci v sousedních metropolích Vídně a Budapešti.

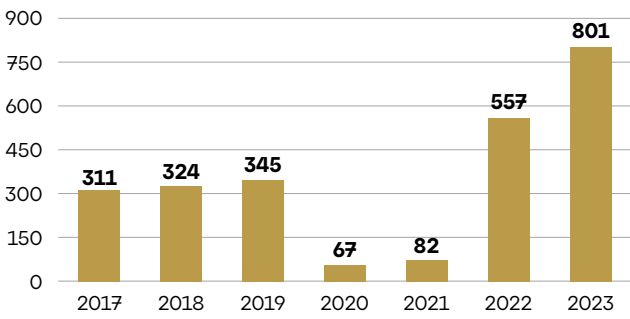
porovnání útrat v mld. Kč



zdroj: WTTC
Přepočteno podle kurzů ČNB ze dne 24. 11. 2023

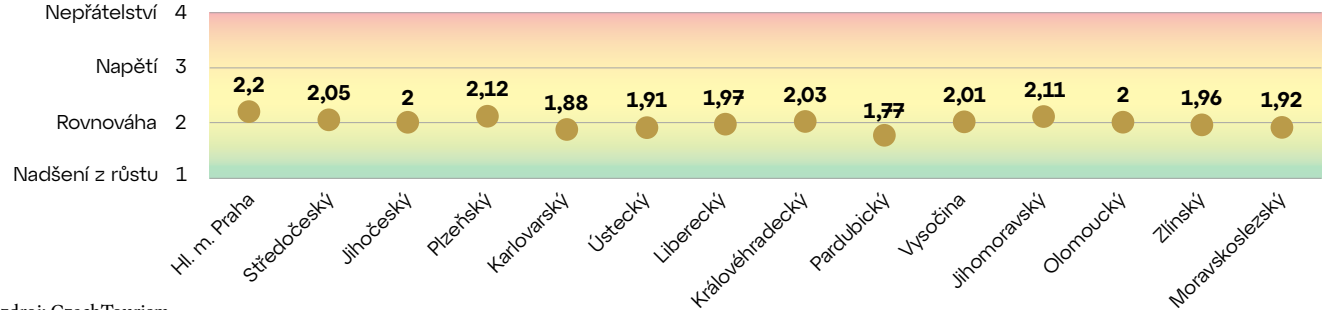
1.7 příjmy z turismu do městského rozpočtu výrazně narostly díky zvýšení poplatku z pobytu, poplatek je však ve srovnání s evropou stále nízký

místní poplatek z pobytu (celkové příjmy v mil. Kč)



V roce 2021 se podařilo prosadit změnu výše poplatku z pobytu z 21 Kč za den pobytu na 50 Kč. Prostředky tímto způsobem vybrané ze 100 % zůstávají Praze, přičemž 50 % z takto vybraných prostředků putuje nazpět do projektů dedikovaných pro rozvoj a kultivaci cestovního ruchu. V roce 2022 schválila Rada hlavního města Prahy usnesení, ve kterém se Praha jako první město v republice zavázala k tomu, že 50 % z veškerých výnosů z poplatku z pobytu investuje zpět do rozvoje cestovního ruchu. Systém přerozdělení by měl začít platit od začátku roku 2024 a vybrané prostředky by

index iritace rezidentů v krajích



zdroj: CzechTourism

měly být použity na financování projektů spojených s kultivací a udržitelností cestovního ruchu, marketingové kampaně realizované společností Prague City Tourism nebo MICE aktivity, jako jsou kongresy, mezinárodní konference a eventy.

V tomto směru Prague City Tourism vyvíjí velké množství aktivit. Jako příklad za všechny můžeme zmínit úspěšný projekt Prague Visitor Pass, díky kterému se daří návštěvníkům Prahy nabídnout další alternativy k historickému centru, a přispět tak k redistribuci cestovního ruchu mimo Pražskou památkovou rezervaci a k trvale udržitelnému soužití obyvatel Prahy s turisty.

1.8 sentimenty rezidentů Prahy k turismu jsou překvapivě pozitivní

Zatížení destinace cestovním ruchem se projevuje i v přístupu obyvatel Prahy k cestovnímu ruchu v metropoli. Vztah obyvatel dané destinace k turismu je vyjádřen iritačním indexem. Iritační index vyjadřuje postoj obyvatel daného území podle jejich vztahu k cestovnímu ruchu a turistům. Nabývá hodnot od 1 do 4. Nižší hodnota indexu znamená vstřícnější postoj místních obyvatel k turistům a cestovnímu ruchu. Za rovnovážný stav je považována hodnota indexu 2.

Iritační index Prahy je v porovnání s ostatními kraji v ČR mírně vyšší, ovšem stále se blíží bodu rovnováhy. Iritujícími aspekty jsou zejména přehlcení určitých oblastí Prahy turisty, zvýšený hluk, odpad a kriminalita nebo ztížená dopravní situace.

2. postcovidový cestovní ruch v srdci Evropy / postcovidový vývoj

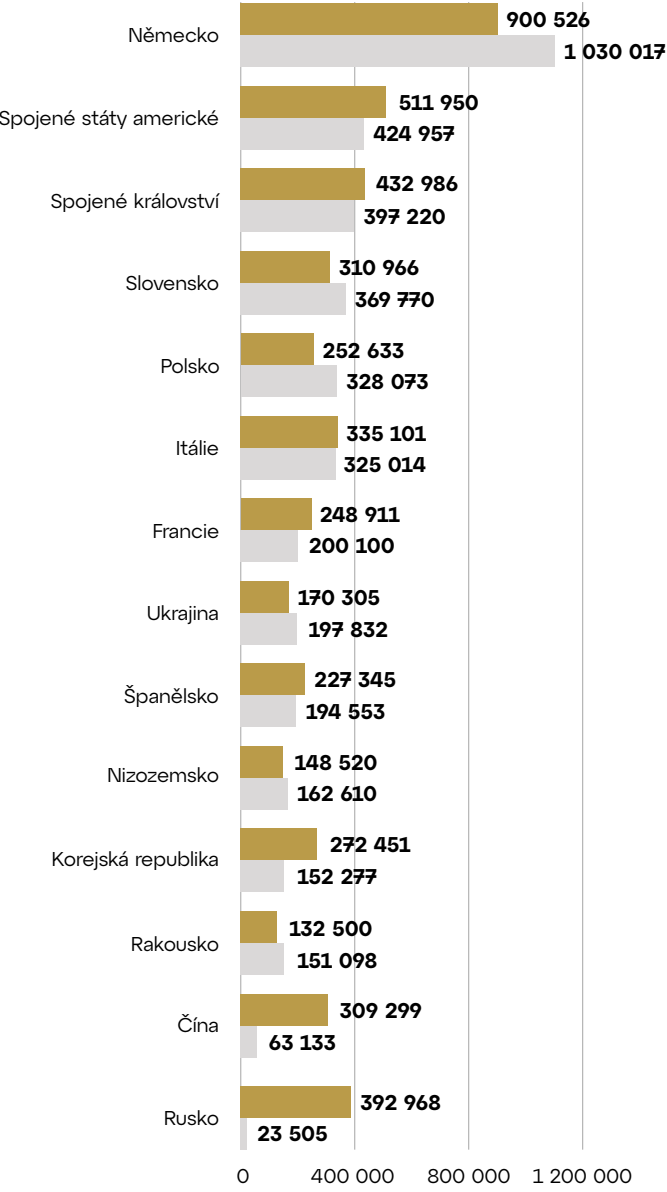
2.1 evropské zdrojové trhy mají nyní ještě větší význam

Před rokem 2019 téměř neměnné pořadí zdrojových trhů, tedy zemí, z nichž přijíždí do Prahy nejvíce turistů, doznalo značných změn. Pandemie zapříčinila, že narostla důležitost evropských zemí a z „TOP 10“ kvůli striktním regulacím v domovinách a rušení leteckých spojení vypadly asijské státy Čína a Korejská republika. Zásadní pro příjezdový cestovní ruch v Praze v období pandemie a těsně po ní byli zejména turisté z Česka a okolních zemí. Zároveň vojenská invaze na Ukrajinu zapříčinila zásadní změnu v žebříčku zdrojových trhů, která se projevila zejména v zastoupení Ukrajiny, jejíž občané se v pražských HUZ ubytovali, a zároveň poklesem návštěvnosti Rusů kvůli sankcím.

V roce 2022 pak nadále rostl význam zejména sousedních zemí. Německo a Slovensko byly v roce 2022 na prvních dvou místech žebříčku zemí podle celkového počtu příchozích turistů. Polsko se pak umístilo na 4. místě za Spojenými státy. Spolu s turisty ze Spojeného království a Itálie, tvořilo těchto šest zemí více než 50 % zahraničního turistického ruchu v Praze.

V průběhu roku 2023 můžeme sledovat návrat turistů z jihovýchodní Asie, a to hlavně díky znovuzavedení přímých leteckých linek do Soulu a Tchaj-peje. Nárůst podílu turistů z Korejské republiky a z Tchajwanu je patrný již v průběhu roku 2022. Dá se očekávat, že i v příštím roce podíl návštěvníků z těchto i dalších asijských zemí poroste.

proměna zdrojových trhů 2019 / 2023 (počet návštěvníků)



zdroj: ČSÚ

2019 2023

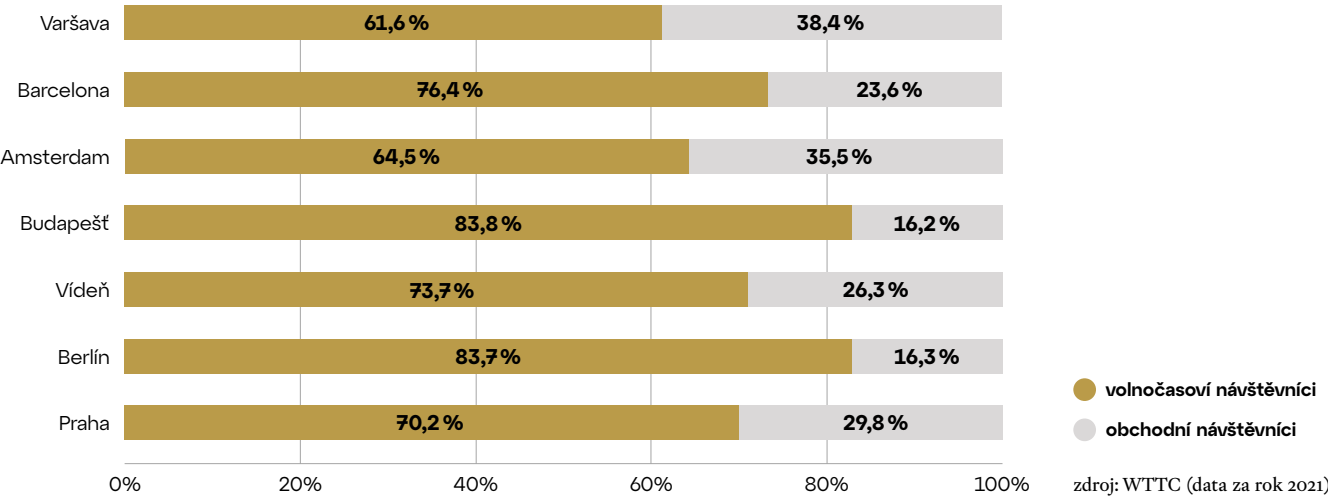
2.2 kontinuální rozvoj domácího cestovního ruchu

Charakteristickým rysem cestovního ruchu mezi lety 2020—2022 v Praze bylo výrazné navýšení podílu domácích turistů v porovnání s předkovidovým obdobím. Domácí návštěvníci obvykle respektují potřeby destinace i jejich obyvatel a zároveň je jejich počet stabilnější v případě krizí, jedná se tedy o vysoce žádanou cílovou skupinu turistů.

Systematický kontakt s domácími turisty a komunikace témat specificky pro ně vybraných skrze systematickou marketingovou kampaň V Praze jako doma zajistil Praze relativně stálou návštěvnost z řad obyvatel České republiky. Význam této kampaně se plně projevil po skončení restriktivních opatření spojených s cestováním. Dobrou zprávou je, že v roce 2022 přijelo do Prahy výrazně více domácích turistů než v roce 2019. Praha se v roce 2022 stala domácími turisty nejnavštěvovanějším krajem v rámci celé republiky a toto postavení si udržela i v roce 2023, kdy do Prahy přijelo ještě o téměř 100 tis. domácích turistů více než v předcházejícím roce.

Domácí turisté v Praze tvořili v roce 2023 přibližně 21 % všech návštěvníků, což představuje o 6 procentních bodů vyšší podíl než v roce 2019.

poměr spendů v cestovním ruchu



2.3 rozvoj míce turismu

V oblasti motivace cesty do destinace je také patrné navýšení poměru útrat v oblasti obchodního cestovního ruchu.

Praha se v roce 2022 umístila v TOP 5 kongresových destinací světa a její vzrůstající popularita v oblasti kongresového cestovního ruchu se jasně odráží i ve vysokém poměru útrat v obchodním cestovním ruchu v porovnání s ostatními destinacemi.

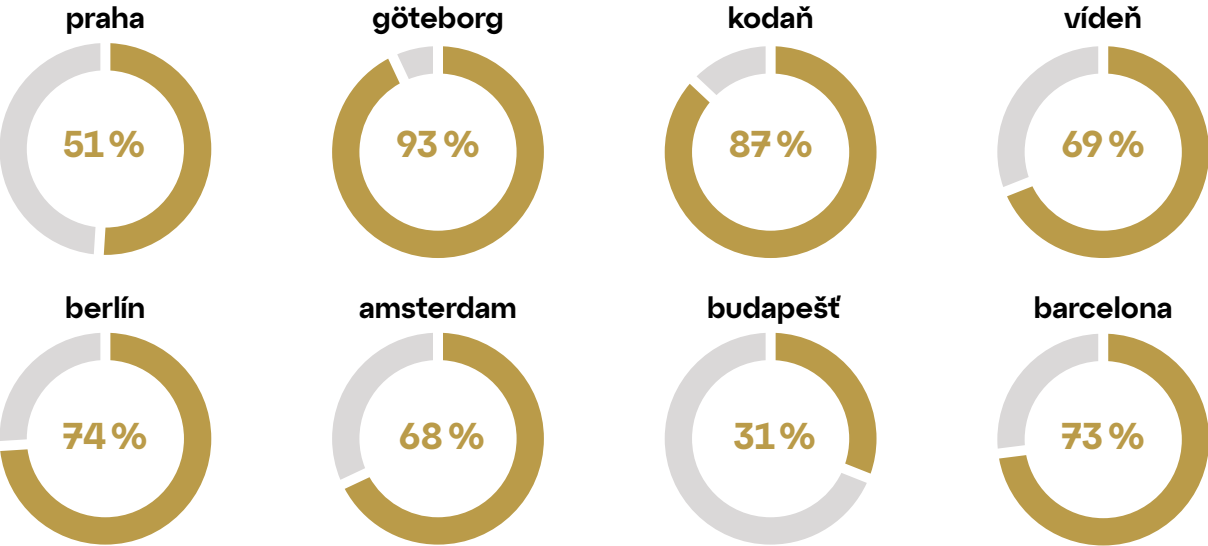
Zatímco průměrný turista na dovolené v Praze utratí v průměru 2,5 tis. Kč denně, průměrná denní útrata kongresových hostů bývá podle analýzy dat využití platebních karet přibližně 3krát vyšší.

2.4 důraz na udržitelnost

V posledních letech je zároveň možné sledovat narůstající poptávku týkající se udržitelného turismu. 74 % turistů v roce 2023 tvrdí (Booking.com Sustainable Travel Report Q1 2023), že jsou motivováni přehodnotit cestovatelské zvyklosti a cestovat udržitelně je pro ně důležité. V roce 2022 to přitom bylo 66 %. Lze očekávat, že tento trend bude dále vzrůstat. Téměř 65 % respondentů výzkumu Booking.com (Booking.com Sustainable Travel Report 2023) uvedlo, že upřednostňují při výběru ta ubytovací zařízení, která do své činnosti zařazují principy udržitelnosti a 59 % z nich používá filtrování ubytování dle certifikace udržitelnosti. 30 % klientů přímo vyhledává konkrétní značky propagující udržitelnost.

Také Praha udělala v posledních třech letech pozitivní posun směrem k udržitelnému cestovnímu ruchu. Od roku 2019 její celkové hodnocení v rámci Global Destination Sustainability Indexu (GDSI), který srovnává destinace v oblasti udržitelnosti a společenské odpovědnosti, vzrostlo z 39 % na 51 %. Obzvláště pozitivně je hodnocena snaha o implementaci cílů OSN (80 %). Přesto Praha stále zaostává nejen za TOP společensky odpovědnými destinacemi, ale i za sousedními konkurenty Vídní či Berlínem.

global destination sustainability index



Množství certifikovaných hotelů v Praze je malé, na což dlouhodobě poukazují i výsledky hodnocení GDS Indexu. Hodnota 16 % certifikovaných pokojů, která je prezentována pro Prahu v rámci GDSI, je silně nadhodnocena a reprezentována především vlastními programy nadnárodních řetězců. Prioritou města je nicméně zvýšit podíl poskytovatelů služeb certifikovaných mezinárodně validní známkou, mezi než patří např. European Ecolabel for Tourist Accommodations, Green Globe, Green Key, Bio Hotels, Booking.com Travel Sustainable Badge, World Responsible Travel Awards.

Většina mezinárodně uznávaných systémů certifikace se opírá o kritéria Globální rady pro udržitelný cestovní ruch (GSTC). Z tohoto důvodu doporučujeme daná kritéria i pro implementaci certifikace udržitelného cestovního ruchu hl. města Prahy. Implementace známky udržitelnosti je klíčovým faktorem budování image města jako top udržitelné destinace.

Pozitivní inspirací by měla být společensky odpovědná města, jako jsou Kodaň či Göteborg, kde je certifikováno 54 %, resp. 68 % hotelových pokojů. Hlavní výzvou pro Prahu v nadcházejících letech tedy zůstává vyvážit (nejen) ekonomické přínosy turismu se strategickými zájmy města, kterými jsou udržitelnost a zvyšování kvality života rezidentů.



3. naplňování koncepce příjezdového cestovního ruchu hmp 2020—2023

3.1 priorita: udržitelný cestovní ruch s vysokou přidanou hodnotou

V předcovidovém období Praha čelila jednak overtourismu, jednak image levné večírkové destinace. Ve srovnání s dalšími evropskými metropolemi měl cestovní ruch výrazně nižší přidanou hodnotu, a tedy vykazoval signifikantní nepoměr mezi skutečnými příjmy města a jeho výdaji na vyrovnání se s negativními dopady cestovního ruchu. S cílem řídit cestovní ruch v Praze profesionálně, dlouhodobě udržitelným způsobem, zvýšit přidanou hodnotu nabídkou kvalitnějších a autentických služeb i produktů ve vyšším standardu, reagovat na potřeby kultivovaných turistů se zájmem o místní prostředí byla v roce 2018 hlavním městem Praha založena akciová společnost Prague City Tourism. Společnost spolu s partnery a stakeholdery připravila novou koncepci příjezdového cestovního ruchu pod názvem „Zájmy Prahy na první místě“, kterou hlavní město v roce 2020 přijalo s cílem restartovat turismus po covidu udržitelnějším způsobem. Tímto krokem se hlavní město zavázalo naplňovat a prosazovat principy udržitelného turismu. Jednotlivá opatření jsou obsahem implementačního plánu, na jehož plnění spolupracuje Prague City Tourism s Magistrátem hl. m. Prahy, městskými organizacemi, Letištěm Praha, Asociací hotelů a restaurací ČR a s mnoha dalšími klíčovými partnery a stakeholdery. Mezi léty 2020 a 2023 bylo realizováno 40 projektů, které podporují udržitelný přístup, etablojí značku Prahy jako prémiové destinace a generují inovativní produkty cestovního ruchu s vysokou přidanou hodnotou.

Vyhodnocení implementačního plánu jasně ukazuje, že jsme energicky nastartovali cestovní ruch v metropoli a za podpory města se nám daří měnit jeho podobu. Všechny projekty z pozice hlavního koordinátora každý měsíc vyhodnocujeme a aktualizujeme. Jedním ze stěžejních projektů, na němž spolupracujeme s Asociací hotelů a restaurací ČR, bylo navýšení poplatku z pobytu na 50 Kč, které platí od roku 2022. Praha přitom nadále usiluje o jeho další navýšení. Minulý rok se díky této změně na poplatku

z pobytu vybralo 557 milionů Kč (viz graf v části 1.7), které putovaly do rozpočtu hl. m. Prahy a městských částí.

V říjnu roku 2021 Rada hlavního města Prahy schválila usnesení, podle kterého by měla být polovina výnosů z poplatku z pobytu investována zpět do podpory a rozvoje cestovního ruchu v hlavním městě.

Na základě Memoranda o vzájemné spolupráci v souvislosti s úpravou místního poplatku z pobytu v hl. m. Praze uzavřeného mezi hlavním městem Praha, Asociací hotelů a restaurací a Prague City Tourism by měla být část výnosu reinvestována do podpory kongresového cestovního ruchu, marketingových aktivit a podpory významných akcí na území hlavního města, které mají jednoznačný dopad do oblasti příjezdového cestovního ruchu. Další část prostředků by měla být věnována na rozvoj infrastruktury a kultivaci veřejného prostoru.

město	průměrná výše poplatku
Amsterdam	22 EUR / noc
Varšava	11 EUR / noc
Berlín	7 EUR / noc
Brusel	7 EUR / noc
Barcelona	7 EUR / noc
Budapešť	5,5 EUR / noc
Vídeň	5,2 EUR / noc
Řím	5 EUR / noc
Praha	2 EUR / noc

Mezi dokončené projekty se dále řadí například zajištění dodatku o kvalitě služeb ve všech městských pronájmech, kdy nabízené služby nesmí tvořit tzv. turistické pasti. Dalším projektem je zahájení tvorby jednotného informačního systému ve městě, vytvoření alternativních turistických tras mimo historické centrum nebo spuštění městské turistické karty Prague Visitor Pass. Ekologickou dopravu po Praze podporuje i turistická okružní linka tramvaje č. 42, kterou Prague City Tourism provozuje ve spolupráci s Dopravním podnikem hl. m. Prahy. Také projekt Prague Visitor Pass motivuje návštěvníky k využívání městské hromadné dopravy, protože po dobu jeho platnosti ji mohou turisté

využívat zdarma. V rámci podpory udržitelnosti byl také spuštěn pilotní projekt vratných kelímků na vybraných pražských akcích.

Díky spolupráci Prague City Tourism s CzechTourism a Letištěm Praha v rámci projektu Touchpoint došlo k posílení propagace Prahy a České republiky v zahraničí tak, aby zahraniční návštěvníci cestovali do metropole více a letečtí dopravci ze strategicky důležitých trhů měli zájem

provozovat více potřebných linek. Oslovení, získání a udržení kultivovaných a bonitních turistů je podmíněné dostatečnou dopravní obslužností destinace, tudíž podpora rozvoje nových a posílení přímých leteckých spojení, zejména z dálkových trhů, jsou pro zvýšení podílu turistů s vysokou přidanou hodnotou klíčové.



3.2 priorita: zájmy prahy a pražanů vždy na prvním místě

Důležitým aspektem Koncepce příjezdového cestovního ruchu z roku 2020 a konkrétních projektů, které ji naplňují, je udržet vysokou kvalitu života Pražanů, artikulovat a podporovat jejich zájmy a minimalizovat negativní dopady cestovního ruchu. Prague City Tourism již od roku 2021 systematicky realizuje kampaň [Enjoy Respect Prague](#), která informuje návštěvníky o pravidlech a kultuře chování v metropoli a propaguje myšlenku slow tourismu. Součástí kampaně je chovat se s respektem k historickým památkám, dodržovat noční klid v ulicích nebo výzva k využívání vyznačených parkovišť pro sdílená kola, skútry či koloběžky.

Hlavní město se rovněž snaží minimalizovat negativní průvodní jevy tourismu, jako jsou vizuální smog, poskytování nelegálních či nekvalitních služeb v cestovním ruchu, poskytování krátkodobých pronájmů, tedy pokojů, bytů či servisovaných apartmánů atd. V těchto oblastech jsou vyvíjeny aktivity, které vedou ke kultivaci cestovního ruchu do budoucna a sladění priorit města a rezidentů. Město se také v rámci filozofie kulturní udržitelnosti prezentuje systematickým zapojováním místních tvůrců, ať už se jedná o tvorbu kampaní, nebo kultivovaných suvenýrů. Praha těmito aktivitami tvůrce marketingově i obchodně podporuje. Prague City Tourism od roku 2020 systematicky inovuje nabídku turistických tras, a ulevuje tak přetíženému historickému centru — v roce 2022 se podařilo snížit návštěvnost centra o 7 % a naopak navýšit návštěvnost ve čtvrtích mimo památkovou zónu. Tvorbou alternativních tras společnost podporuje kultivaci atraktivních pražských lokalit mimo centrum, jako jsou Holešovice, Smíchov, Karlín nebo Libeň. V souladu s tímto záměrem vznikl také nový produkt Zažij Prahu, který láká turisty na netradiční zážitky a autentický život Pražanů právě mimo běžné turistické trasy v centru.

V rámci zpřístupnění pražských památek místním nabízí Prague City Tourism také zvýhodněné vstupné na pražské věže a výhodné balíčky. Společnost pečuje celkem o devět pražských památkových objektů, které postupně kultivuje, aby je uchovala i pro budoucí generace.

3.3 priorita: praha značkou kvality, kultivovanosti a výjimečnosti

Značka Prahy prošla v oblasti cestovního ruchu za poslední tři roky zásadní proměnou, což se odráží také ve všech aktivitách, které společnost Prague City Tourism realizuje. Jedním z cílů společnosti je usílit o proměnu vnímání Prahy z levné večírkové destinace, potažmo skanzenu v sebevědomou, přívětivou a kulturní metropoli, která láká kultivovanou a bonitní klientelu. Klíčovými pilíři, jakými značku Praha komunikujeme a odlišujeme od konkurenčních destinací jako Vídeň či Berlín, jsou Praha bohémská, Praha mnohovrstevnatá a Praha na úrovni. Právě bohémský aspekt města obsahuje snahu o deskandenizaci Prahy a akcent na svobodný životní styl Pražanů. Díky spolupráci s partnery a komplexní analýze aktuálních dat vidíme, že se nám do Prahy daří lákat kultivovanou a bonitní klientelu se zájmem o prémiové zážitky. Pozorujeme také, že turisté utrácejí více i mimo historické centrum. Například za rok 2022 jsme odlehčili památkové rezervaci o 7 %. Jako první společnost svého druhu Prague City Tourism také realizovala sociálně a environmentálně odpovědné veřejné zadávání pro nově zavedený dress code. Ve veřejné soutěži byl mimo jiné jasně deklarován zájem o účast malých a středních podniků a zvýhodnění pro dodavatele, kteří vytvářejí pracovní příležitosti pro osoby se zdravotním, sociálním nebo kulturním znevýhodněním. Díky takto nastavené veřejné soutěži byl dress code vyroben ve dvou českých rodinných firmách — vimperské rodinné firmě VAVI a v sociálním podniku Vitapur ve spolupráci s Schindlerovou pletárnou z Krásné Lípy, která se nachází ve strukturálně postiženém Ústeckém kraji. Při výrobě kultivovaných suvenýrů se výše uvedené hodnoty samozřejmě rovněž uplatňují. Dbáme na spolupráci s pražskou řemeslnou a uměleckou komunitou, čímž ji zároveň ekonomicky a marketingově podporujeme. Ve všech našich činnostech se soustředíme na zajištění nejen maximální míry udržitelnosti, ale také standardu klientského servisu, neboť skvělé zákaznické služby jsou pro prémiové destinace podmínkou. Pro naše pracovníky zajišťujeme školení v péči o zákazníka a realizujeme jak interní, tak externí kontrolu kvality služeb formou mystery shoppingu. Jako první organizace destinačního managementu založila společnost Prague City Tourism sekci Kvalita služeb, která mj. zajišťuje chod tzv. Customer Experience týmu. V něm má každé místo kontaktu

společnosti se zákazníkem svého zástupce, který přináší klíčovou zpětnou vazbu od front-line pracovníků, podněty a návrhy na potřebné změny apod. Zároveň sdílí informace a podněty se svými kolegy a kolegy a implementuje novinky zpět na svém pracovišti.

3.4 priorita: s láskou pečovat o kulturní dědictví a veřejný prostor

Na základě pachtovní smlouvy s hlavním městem provozuje Prague City Tourism osm významných kulturních památek: **Staroměstskou radnici, Petřínskou rozhlednu, Zrcadlové bludiště na Petříně, Staroměstskou mosteckou věž, Malostranskou mosteckou věž, Prašnou bránu, Svatomikulášskou městskou zvonici a Novomlýnskou vodárenskou věž.** Na základě smluvního vztahu s Národní knihovnou od roku 2023 provozuje **Barokní turistickou trasu v Klementinu.** Cílem zůstává nejen záchovná péče o pražské památky, ale především jejich nový rozvoj a zpřístupňování veřejnosti, a tedy rozšiřování turisticky atraktivní nabídky v hlavním městě. Na základě strategie Efektivní správa a využití kulturního dědictví v kontextu udržitelného rozvoje cestovního ruchu a postpandemické situace byl připraven návazný Investiční plán obnovy objektů ve správě Prague City Tourism. V letech 2020—2022 byla započata rekonstrukce turistického provozu přízemí Staroměstské radnice, příprava projektové dokumentace pro stavební povolení pro rekonstrukci Prašné brány nebo otevření diskuse s Národním památkovým ústavem ve věci revitalizace Zrcadlového bludiště Petřín. Naprosto zásadní bylo představení plánů na kompletní rekonstrukci Staroměstské mostecké věže, významné památky, která se nachází ve velmi neutěšeném stavu. Ve spolupráci s Institutem plánování a rozvoje hl. m. Prahy byl vytvořen návrh revitalizace okolí Novomlýnské vodárenské věže s cílem zkvalitnit veřejný prostor v okolí této památky. V péči o pražské památky klade společnost důraz na profesionální přístup a hledání optimálních způsobů péče o ně. Ke každé památce je přístupováno velmi individuálně, s pečlivým posouzením jejího charakteru a historické hodnoty. V návaznosti na to byly připraveny projekty údržby, oprav i rozsáhlejších rekonstrukcí s co nejmenším omezením přístupnosti pro návštěvníky a turisty. Na základě analýzy dat lze konstatovat, že v průměru každý třetí návštěvník Prahy zavítá do některého z objektů ve správě Prague City Tourism.

3.5 priorita: domácí cestovní ruch na vzestupu

Praze se cílenými marketingovými kampaněmi V Praze jako doma podařilo navýšit počty českých návštěvníků příjíždějících do Prahy a zároveň se zvýšil jejich podíl na celkovém počtu příjíždějících turistů. Zatímco v roce 2019 tvořili domácí turisté v Praze pouhých 15 %, tedy 1,2 milionu osob z celkového počtu všech příjíždějících turistů, v roce 2022 to byla již celá jedna čtvrtina všech turistů v Praze, tedy 1,5 milionu. Praha, která před pandemií vykazovala jednu z nejnižších úrovní návštěvnosti domácích turistů mezi evropskými zeměmi, téměř dohnala v tomto ohledu tradičně úspěšnější Vídeň, a dokonce předstihla Amsterdam či Barcelonu. Čísla z roku 2023 naznačují, že tento pozitivní trend pokračuje a zároveň že průměrná útrata domácích návštěvníků v metropoli je ve srovnání s rokem 2019 vyšší o více než 50 %. Domácí cestovní ruch, kdy turisté Prahu zpravidla navštěvují opakovaně, má navíc potenciál přilákat návštěvníky i mimo centrum metropole, a přispívat tak nejen k udržitelnosti, ale také podporovat budování vztahu tuzemských turistů k metropoli.

3.6 priorita: praha jako top kongresová destinace

Praha se v roce 2022 umístila v **TOP 5 kongresových destinací** světa a její vzrůstající popularita v oblasti kongresového turismu se jasně odráží i ve vysokém poměru útrat v obchodním cestovním ruchu v porovnání s ostatními destinacemi (viz 2.3).

Praha je v současné geopolitické situaci velmi bezpečnou destinací a má potenciál oslovit svojí nabídkou klientelu, která přináší městu vysokou přidanou hodnotu. Zároveň se jedná o cestovní ruch, u kterého se nejméně projevuje aspekt sezónnosti, nezatěžuje významněji městskou památkovou rezervaci atd.

3.7 priorita: strategie založené na datech a digitalizace

Pandemie covid si vynutila realizaci digitálních kampaní. Marketingová digitální kampaň Stay in Prague, kterou Prague City Tourism spustila na podzim 2021 s partnery, zaznamenala téměř 800 milionů zobrazení na vybraných trzích. Kampaň byla nejúspěšnější v Polsku, Itálii, Španělsku, Izraeli a Německu. Podle dostupných dat se Praha u některých cílových trhů stala mnohem vyhledávanější než sousední konkurenční města, jako je Vídeň a Berlín. Podzimní a zimní kampaň Stay in Prague prezentovala hlavní město jako kulturní destinaci nabízející kvalitní služby a cílila zejména na návštěvníky ve věku 30 až 55 let. Díky marketingové kampani se více než 8 milionů lidí dostalo na kampaňový web stayinprague.eu. Kampaně Stay in Prague realizoval Prague City Tourism se zapojením Letiště Praha a agentury CzechTourism. Prague City Tourism v ní v letech 2023—2024 cílí na evropský trh a vybrané asijské trhy (Korejská republika, Tchaj-wan) a na skupiny lidí, které zajímá zejména kvalitní gastronomie, památky, historie nebo kulturní akce. Letiště Praha pak cílí na trh USA, včetně akcentu na podporu kongresové turistiky a CzechTourism na Blízký východ a Indii. Tato koordinace je součástí projektu Touchpoint. Prague City

Tourism v roce 2021 a 2022 významně rozšířil datové vstupy, které využívá pro analýzu dat v cestovním ruchu, o big data v reálném čase, například data poskytovatelů platebních karet, kapacity letů, sentimenty návštěvníků k turistické nabídce v Praze a další. Tato data byla klíčová pro nastavování plánů digitálních kampaní a jejich vyhodnocení. Společnost Prague City Tourism rovněž v tomto období začala pracovat s daty z městské databáze Golemio a úzce spolupracuje s Operátorem ICT. Prague City Tourism v roce 2020 požádal o dotaci na inovační partnerství, jejímž výstupem je mimo jiné aplikace Visitis / My Prague. Ta si klade za cíl ovlivňovat a korigovat návštěvnícké toky v Praze, přispět k odlehčení přetížené památkové rezervace a poskytnout turistům komplexní informace. V roce 2021 dotaci získal a započal vývoj technologického řešení. Pro lepší znalost cílových trhů byl v roce 2022 realizován humanitní a společenskovědní výzkum, na němž se podílelo 11 pracovišť Akademie věd ČR v čele se Sociologickým ústavem, který se zabýval tvorbou narativů pro kultivovanou klientelu a jejich hlubšími motivacemi k návštěvě Prahy. Z důvodu efektivnějšího zpracování dat, zkvalitňování služeb a obslužnosti klientů PCT identifikoval potřebu sjednotit všechny elektronické systémy pod jednu platformu — Pražský turistický a destinační portál klienta a podpora obslužných kanálů, který bude spuštěn v roce 2024.

přehled realizovaných projektů implementačního plánu v letech 2020—2023

Doporučení ohledně rozpočtu pro cestovní ruch v Praze
Úsilí o zvýšení poplatku z pobytu a jeho redistribuce zpět do cestovního ruchu.
Analýza oblastí možného zefektivnění dopravy pro cestovní ruch
Efektivní, přístupná a udržitelná doprava pro návštěvníky Prahy.
Podpora cykloturistiky
Cykloturistika jako nejudržitelnější forma dopravy.
Projekt Jednotný informační systém hl. m. Prahy (JIS)
Komplexní řešení informačního systému města a vizuální prezentace Prahy.



Plán na řešení problémů s krátkodobými pronájmy

Efektivní regulace krátkodobých pronájmů v souladu s kvalitou života místních obyvatel.

Dlouhodobá spolupráce za účelem slevových výhod s Lítačkou

Motivace majitelů Lítaček k návštěvě kulturního dědictví formou zvýhodněného vstupného.

Dodatek o kvalitě služeb v městských pronájmech

Ošetření služeb poskytovaných v městských pronájmech v souladu s Konceptí příjezdového cestovního ruchu.

Kreativní inkubátor

Rozvoj kultury a inovací mimo centrum města, podpora zklidnění centra města.

Strategie pro rozvoj kulturní infrastruktury mimo centrum města

Identifikace potřeb a doporučení koncepčního rozvoje kulturní infrastruktury pro jednotlivé městské části.

Manuál pro kultivovanou Prahu

Souhrnná pravidla pro umístění a vzhled reklam za účelem snížení vizuálního smogu.

Pražské kulturní fórum

Vytvoření platformy pro vzájemnou komunikaci a spolupráci mezi kulturními aktéry Prahy, správou města a politickou reprezentací s cílem vytváření kultury mimo centrum.

Komise pro filmové zábory

Vytvoření snadno svolatelné komise pro odsouhlasení či neodsouhlasení záboru.

Dlouhodobá marketingová kampaň #VPrazejakodoma

Kontinuální podpora domácího cestovního ruchu jako jedné z nejdůležitějších forem turismu.

Komunikační plán města vůči stakeholderům o plnění Koncepce

Systematická prezentace naplňování Koncepce širší odborné i laické veřejnosti.

Krizový plán pro situace v cestovním ruchu spojené s pandemiemi či živelními katastrofami

Identifikace opatření k zajištění udržitelnosti cestovního ruchu v případě mimořádných situací.

Přízpůsobené kapacity Pražské vlastivědy
Podpora vzdělávání rezidentů a jejich identifikace s městem.
Strategie řízení Koncepce a udržitelného cestovního ruchu
Vytvoření systému reportingu a monitoringu implementačního plánu, včetně periodických revizí a vytváření implementačních plánů pro následující roky.
Tvorba alternativních turistických tras
Rozšíření nabídky Prague City Tourism o nová netradiční témata a místa mimo přetížené centrum města.
Známka udržitelného turismu
Systém certifikace poskytovatelů služeb cestovního ruchu.
Kultivace veřejného prostoru u objektů ve správě PCT
Obnova a kultivace kulturního dědictví pod správou Prague City Tourism.
Nakopni Prahu — Pražský inovační maraton
Soutěž o nejlepší projekty řešící aktuální výzvy města v několika konkrétních oblastech, např. udržitelný cestovní ruch.
Accessible Prague
Zajištění infrastruktury a nabídky služeb pro bezbariérový a přístupný cestovní ruch.
Analýza dopadu rozšiřování Letiště Václava Havla Praha na udržitelnost turismu v Praze
Analýza dopadu navýšení kapacity odbavovacích terminálů Letiště Václava Havla Praha, jeho rozšíření o novou paralelní dráhu a napojení na železniční trať spojující letiště s centrem metropole z hlediska udržitelnosti.
Identifikace potřebných městských služeb pro kvalitu městských akcí
Identifikace a pilotáž nových služeb pro městské akce (vratné kelímky, městský mobiliář, speciální úklidové služby, mobiliář na recyklaci apod.).
Informační kampaň se sjednoceným a uceleným obsahem
Sjednocení komunikačních aktivit společnosti (destinačních webových stránek prague.eu, tiskovin, marketingových kampaní, turistické karty Prague Visitor Pass, označení turistických informačních center) tak, aby byly v souladu s novou pozicí značky Praha a novým vizuálním stylem.
Marketingová kampaň o udržitelném turismu v Praze
Motivovat návštěvníky k udržitelnému a ohleduplnému chování (např. desatero udržitelného turismu v Praze).

Motivační nástroj pro delší pobyt návštěvníků
Podpora prodloužení pobytů návštěvníků Prahy vytvořením zvýhodněných balíčků, jejich propagace a užší spolupráce s hotely.
Plán měření udržitelného turismu v Praze
Měřením udržitelnosti turismu k řízení udržitelnosti.
Plán na zajištění dodržování pravidel pro průvodcovské služby PCT
Dlouhodobá osvětová kampaň, jak se v nabídce průvodcovských služeb orientovat, kontroly necertifikovaných průvodců, zkvalitnění poskytovaných průvodcovských služeb.
Prague Bus Manual
Manuál pro ohleduplné a šetrné chování dopravců v Praze.
Prague Visitor Pass
Oficiální pražská turistická karta umožňující zahraničním i domácím návštěvníkům Prahy čerpat volné vstupy do více než 60 vybraných památkových, kulturních a jiných objektů a slevy u vybraných obchodníků. Zároveň umožňuje neomezené využívání MHD a podporuje udržitelné formy dopravy.
Repositioning značky Praha
Nová pozice značky prezentuje Prahu jako autentickou, kultivovanou destinaci podporující harmonické soužití rezidentů a turistů a svobodný životní styl Pražanů.
Strategie MICE turismu
Analýza současné infrastruktury, potřeb MICE sektoru a vizi jeho rozvoje jakožto jednoho z nejvýhodnějších typů cestovního ruchu z pohledu města.
Strategie pro rozvoj infrastruktury pro turisty
Rozvoj turistické a sdílené městské infrastruktury v turisticky vytížených místech tak, aby odpovídala narůstajícímu množství návštěvníků i jejich měnícím se potřebám a přispívala ke kultivaci veřejného prostoru.
Strategie pro zajištění udržitelnosti příjezdového cestovního ruchu pro případ pandemií
Identifikace efektivních krátkodobých a dlouhodobých opatření v cestovním ruchu pro zajištění udržitelnosti v době mimořádných situací.
Inovace průvodcovských služeb PCT
Evaluace současného stavu průvodcovských služeb Prague City Tourism a z něj vycházející plán profesního rozvoje průvodců.

Certifikace PCT v rámci Kategorizace organizací destinačního managementu

Každoroční recertifikace agenturou CzechTourism a závazek ke kultivaci standardů v cestovním ruchu vně i uvnitř samotné organizace a zkvalitnění výkonu i činností organizace destinačního managementu.

Rozšíření datových databází PCT

Rozšíření datových zdrojů společnosti o národní i mezinárodní data s cílem získat detailní vhled do cestovního ruchu a chování turistů na území hl. m. Prahy.

Inovativní aplikace VISITIS

Mobilní aplikace jako nástroj pro aktivní řízení a ovlivňování cestovního ruchu s cílem rovnoměrněji distribuovat turisty v Praze, ulevovat přetížené památkové zóně, komunikovat s uživateli v případech krizových a jiných bezpečnostních situací a sbírat data o chování návštěvníků Prahy.

Historická tramvaj

Provoz komerční tramvajové linky pro domácí i zahraniční turisty, která uleví dopravě a vytvoří ekologičtější alternativu k jiným turistickým službám podobného typu, zároveň sníží zátěž kladenou na běžnou hromadnou dopravu.

Spolupráce s Českými drahami

Spolupráce cílí na podporu domácího cestovního ruchu a šetrnější formy dopravy do Prahy. Kromě domácího cestovního ruchu je spolupráce zaměřena i na rakouskou metropoli Vídeň a další dálkové spoje ze sousedních zemí.

Oživení Smetanova nábřeží

Oživení komunitního života a zatraktivnění prostoru nábřeží pro místní i návštěvníky.

Systém PKPOK

Pražský turistický a destinační portál klienta a podpora obslužných kanálů — sjednocení všech elektronických systémů společnosti pod jednu platformu s cílem efektivnějšího zpracování dat, zkvalitňování služeb a obslužnosti klientů.

Spolupráce Touchpoint

Spolupráce mezi Prague City Tourism, CzechTourism a Letištěm Praha za účelem efektivní vzájemné obchodní a marketingové spolupráce, jejímž cílem je získání a udržení kultivované a bonitní turistické klientely, propagace České republiky a Prahy v rámci podpory nových dopravců a spolupráce se stávajícími leteckými dopravci na rozvoji přímých leteckých spojení ze strategicky důležitých trhů.

Vyhodnocení projektů za první tři roky a jejich anotace jsou k dispozici zde:

[Zájmy Prahy na prvním místě — Prague City Tourism](#)



návrhová část



vize

Cestovní ruch jako jeden z pilířů udržitelného rozvoje města s respektem ke kulturnímu dědictví a kvalitě života místní komunity.

Návrh nové Strategie příjezdového cestovního ruchu pro období 2024—2027 organicky navazuje na Koncepti příjezdového cestovního ruchu hl. m. Prahy „Zájmy Prahy na prvním místě“ z roku 2020.

Praxe prokázala, že díky koordinovanému úsilí všech aktérů, kteří Koncepti naplňují, jsme se vydali po správné cestě k udržitelnému cestovnímu ruchu s vysokou přidanou hodnotou.

Podařilo se navýšit poplatek z pobytu a polovinu výnosu reinvestovat do cestovního ruchu, navýšit objem domácího cestovního ruchu, zavést pražskou turistickou kartu, provést repositioning značky Prahy, posunout Prahu mezi TOP 3 kongresových destinací, a změnit tak výrazně vnímání Prahy jako kultivované destinace a mnoho dalšího.

Kvůli geopolitické situaci se mezi roky 2020—2023 výrazně proměnilo složení zdrojových trhů a geopolitická rizika bude třeba i nadále sledovat a vyhodnocovat jejich vliv na cestovní ruch. Také chování turistů se proměňuje a vykazuje mimo jiné vyšší citlivost vůči udržitelnosti. Všechny tyto trendy nová Strategie reflektuje.

Nová Strategie zároveň přispívá k naplňování Cílů udržitelného rozvoje (SDGs), a to zejména v Cíli č. 8.9, tedy realizovat politiky podpory udržitelného cestovního ruchu, který vytváří pracovní místa a podporuje místní kulturu a produkty. Dále se jedná primárně o Cíle č. 10, 11 a 12, tedy Snížit nerovnost uvnitř zemí i mezi nimi, Vytvořit inkluzivní, bezpečná, odolná a udržitelná města a obce, Zajistit udržitelnou spotřebu a výrobu.

strategické cíle

Strategickými cíli nové Strategie jsou **Praha**, která je **zisková**, **Praha odolná**, **Praha strategicky rozvíjená** a **Praha udržitelná**. Tyto strategické cíle navazují na priority Konceptu z roku 2020, a to Péče o zájmy Pražanů, Péče o destinaci a Péče o veřejný prostor. Čtyři strategické cíle se zaměřují jak na řešení výzev dlouhodobě přetrvávajících, tak výzev nových. Anticipují také výzvy budoucí, které vyplývají z globálních trendů. Průnikem všech cílů je zachování vysoké kvality života v hlavním městě pro rezidenty i turisty. Naplňování Strategie příjezdového cestovního ruchu hl. m. Prahy bude i nadále probíhat prostřednictvím Implementačního plánu, kde jsou strategické cíle přetaveny do konkrétních projektů. Návrhy jednotlivých projektů Implementačního plánu s anotacemi jsou uvedeny na straně 48 a dále.



strategické cíle

praha zisková

Vize Prahy jako destinace světového významu nespočívá pouze ve výjimečné historii, kultuře a architektuře, ale také v rozumné a udržitelné správě, která posiluje prosperitu města a jeho obyvatel. Klíčovým cílem je zvyšovat profitabilitu cestovního ruchu tak, aby město nejen lákalo návštěvníky, ale také z jejich návštěv těžilo ku prospěchu všech.

Zacílení na kultivovanou klientelu, zvyšování přidané hodnoty produktů cestovního ruchu a navýšení poplatku z pobytu na úroveň srovnatelnou s konkurenčními destinacemi je strategií, která umožní dosáhnout tohoto cíle a posunout Prahu na novou úroveň světového turismu.

Významné finanční zdroje z poplatku z pobytu putují z části nazpět do další kultivace cestovního ruchu. To umožňuje

investice do projektů zvyšujících kvalitu pobytu pro návštěvníky a zároveň podporujících místní kulturu a rozvoj veřejného prostoru a infrastruktury. Lokálně vyrobené turistické produkty podporují místní uměleckou a řemeslnou komunitu. Tímto způsobem chceme vytvořit cyklus vzájemné prospěšnosti, kde nárůst příjmů z turismu znamená ekonomický rozvoj, ale i kulturní a sociální bohatství pro Prahu.

Společně směřujeme k budování destinace, která není jen cílem návštěvníků, ale i místem, kde každý pobyt znamená přínos pro město a posílení jeho jedinečné identity.

praha odolná

V době neustálých změn a nejistot na globální scéně si klademe za cíl rozvíjet Prahu jako turistickou destinaci, ale zároveň ji posílit jako pevný bod stability v proměnlivém geopolitickém prostředí. Chceme, aby Praha byla místem, kde všichni návštěvníci najdou jistotu a bezpečí uprostřed turbulentních světových událostí.

Snažíme se vytvářet podmínky pro cestovní ruch, který je odolný vůči výkyvům, schopný přizpůsobovat se dynamicky se měnícím globálním podmínkám (a tedy proměňám zdrojových trhů), a to bez ztráty svého unikátního ducha a půvabu. Odolnost cestovního ruchu přináší stabilitu i z hlediska příjmů z cestovního ruchu do veřejných rozpočtů

i pro soukromou sféru působící v této oblasti. Poučení z pandemického a postpandemického vývoje a s vědomím možných budoucích rizik implementujeme plán a strategii pro udržitelnost příjezdového cestovního ruchu v době mimořádných událostí.

Praha jako bezpečná, odolná a přívětivá destinace, která se umí vyrovnat s globálními výzvami a přináší obyvatelům, návštěvníkům a aktérům cestovního ruchu jistotu a stabilitu.

praha strategicky rozvíjená

Praha jako město, které spojuje minulost s budoucností, město, kde historie a modernita tvoří harmonii. Město, které je inkubátorem a příkladem inovací a inkluzivity.

Tímto se zavazujeme k transformaci Prahy v turistickou destinaci, která neustále zkvalitňuje služby, rozšiřuje turistickou nabídku, zlepšuje infrastrukturu a přináší neopakovatelné zážitky pro všechny návštěvníky i rezidenty města.

Budování prvotřídního zázemí a adekvátních kapacit pro kongresový cestovní ruch, další posilování hotelových kapacit ve vyšším standardu, investice do infrastruktury, která propojí rozšiřující se Letiště Václava Havla Praha s centrem města a komfortně zpřístupní odlehlejší části

metropole, rozvoj přístupného městského mobiliáře nebo vysoce estetický příklad současné architektury — budova Vltavské filharmonie Praha — všechny tyto komponenty odpovídají vizi Prahy jako komfortního, vybaveného a přístupného města atraktivního nejen pro návštěvníky, ale také pro investory.

Chceme, aby Praha byla místem nekonečných možností, kde se otevírají dveře k nezapomenutelným zážitkům. Místem bez bariér, kde se každý může pohodlně pohybovat bez ohledu na své individuální možnosti.

praha udržitelná

Udržitelnost hraje klíčovou roli v rozvoji cestovního ruchu a Praha chce v této oblasti stát na čelních místech žebříčku nejpokrokovějších destinací.

Chceme, aby každý krok směřoval k ochraně a zachování unikátního kulturního a přírodního dědictví naší metropole pro budoucí generace. Při rozvoji cestovního ruchu se zavazujeme k ekologicky šetrným iniciativám, které minimalizují negativní dopady na životní prostředí a zároveň jsou ekonomicky, sociálně a kulturně prospěšné.

Naše snahy o udržitelnost nesměřují jen k ochraně památek, ale také k aktivní podpoře společenství a k vytváření projektů, které spojují ekonomický růst s péčí o naše okolí.

Rozvojem projektů, jako je např. Znamka udržitelnosti, budeme usilovat o spolupráci a zapojení všech stakeholderů do úsilí o udržitelnou destinaci, kdy lze i při vyšších počtech návštěvníků efektivně eliminovat negativní (nejen) environmentální dopady.

Naší vizí je Praha jako zelené a udržitelné město, kde krása spočívá nejen v historických památkách, ale i v závazku k udržitelnému rozvoji a rovnováhy s krajinou.

1. praha zisková

1.1 cestovní ruch s vysokou přidanou hodnotou

Smyslem tohoto cíle je maximalizovat přínosy cestovního ruchu pro metropoli a její obyvatele dlouhodobým rozvíjením a podporou **cestovního ruchu s vysokou přidanou hodnotou**, tedy zaměřením na skupiny kultivovaných klientů se zájmem o destinaci a autentický život v ní, **zvýšováním podílu domácího cestovního ruchu a prodloužením délky pobytu návštěvníků**. Prioritou je usilovat o **zvýšení poplatku z pobytu na úroveň srovnatelnou s konkurenčními evropskými metropolemi**, kdy průměrná výše poplatku činí 5 EUR. Motivovat podnikatele v cestovním ruchu ke zvyšování přidané hodnoty produktů a služeb, a tím usilovat o zvýšení průměrné denní útraty návštěvníků, která aktuálně činí zhruba 100 EUR pro dobrovolný cestovní ruch a 300 EUR pro kongresový cestovní ruch. Dle vlastní datové analýzy Prague City Tourism utrácejí hosté ze zahraničí v Praze průměrně 320 EUR za den, zatímco hosté ze sousedních států výrazně méně, a to mezi 70 a 140 EUR za den (dobrovolný cestovní ruch). S rozšířením nabídky kvalitních a sofistikovaných služeb vyšší kategorie lze tedy předpokládat navýšení průměrné útraty v metropoli v řádu vyšších desítek procent.

Klíčovým faktorem je podpora **rozvoje obchodního cestovního ruchu** v Praze, aktivní nabízení území Prahy pro pořádání top eventů, usídlení mezinárodních institucí, firem v oblasti technologického rozvoje atd.

Za předpokladu rozvoje přímé konektivity, zkapacitnění kongresové infrastruktury a personálního posílení Prague Convention Bureau, může Praha pomýšlet na TOP 3 kongresových destinací světa spolu s Paříží a Vídní.

Nezbytnou podmínkou pro dosažení tohoto cíle je také zajištění dlouhodobě udržitelného modelu financování Prague Convention Bureau stejně jako rozvoj spolupráce s kongresovými ambasadory a rozšiřování základny ambasadů ve strategických oborech.

název příslušných projektů implementačního plánu	číslo
Propagace Prahy jako prémiové destinace a realizace kampaní v zahraničí	1
Dlouhodobá marketingová kampaň #VPrazejakodoma	2
Zvýšení poplatku z pobytu	13

1.2 tvorba a komunikace nabídky pro kultivovanou a bonitní klientelu

Smyslem tohoto cíle je vytvářet a marketingově komunikovat **nabídku pro kultivovanou a bonitní klientelu s autentickým zájmem o destinaci, její kulturu a život v ní**, podpora delších pobytů a distribuce zahraničních turistů jak mimo centrum města, tak i mimo území hlavního města v souladu s vizí Prahy jako brány do regionů. Na naplnění tohoto cíle plánujeme spolupracovat intenzivněji se Středočeským krajem. I nadále budeme rozvíjet a inovovat portfolio produktů v cestovním ruchu s akcentem na environmentální, kulturní, sociální a ekonomickou udržitelnost, CSR a rozvíjení slow turismu. Usilovat o rozvoj a kultivaci pracovníků v cestovním ruchu a **být špičkou v kvalitě poskytovaných služeb**.

název příslušných projektů implementačního plánu	číslo
Upevňování identity a pozice značky Praha	4
Via Artis (pracovní název)	11
Pražská kongresová karta	20
Branding Prahy v obchodním cestovním ruchu včetně realizace kampaní na jeho podporu	23
Zvyšování kvality služeb a klientského servisu	25

1.3 podnikání v cestovním ruchu

Je třeba všemi dostupnými způsoby motivovat podnikatele v cestovním ruchu k tvorbě nabídky s vysokou přidanou hodnotou, spolupráci s kulturními a kreativními průmysly a řemesly, k environmentálně přátelskému a udržitelnému chování. Neméně důležité je ale ochránit trh a efektivně **regulovat nové služby v cestovním ruchu**, zejména v oblasti ubytování, dopravy či služeb průvodců, s cílem minimalizovat negativní dopady jejich podnikání v Praze. V Pražské

památkové rezervaci kontrolovat a důsledně vymáhat pravidla pro umístování a vizuální styl reklamy, značení provozoven a dalších turistických značení. **Systémově pečovat o kvalitu městských akcí a všech souvisejících služeb s akcentem na estetiku, kvalitu a autenticitu nabízeného zboží a služeb a principy udržitelnosti.**

2. praha odolná

2.1 strategickým řízením k odolné destinaci

Intelligentní řízení destinace vyžaduje **koordinované úsilí všech aktérů** cestovního ruchu. Důležitou roli hraje rozvoj strategických partnerství, jako je např. spolupráce **Touchpoint** mezi Prague City Tourism, Letištěm Praha a agenturou CzechTourism. **Smart řízení**, masivní nástup umělé inteligence, práce s big daty a digitalizace jsou výzvou pro všechny organizace a klíčovými komponentami rozvoje destinace, budování její odolnosti a konkurenceschopnosti. Vyžadují kromě nemalých investic i systematickou práci s lidskými zdroji, kdy v rámci organizací vzrůstá potřeba a důležitost analytiků.

název příslušných projektů implementačního plánu	číslo
Aplikace My Prague	8
Systém PKPOK	9

2.2 rozhodování založené na datech

V rámci tohoto cíle provádět **výzkum, monitoring a evaluaci vývoje cestovního ruchu v metropoli**, monitorovat hrozby a negativní dopady cestovního ruchu a podílet se ve spolupráci se stakeholdery na jejich zmírňování či eliminaci. Udržovat informační databáze, nadále je rozšiřovat o relevantní datové zdroje a **zajišťovat datový, analytický a informační servis** pro odbornou i laickou veřejnost. Spolupracovat s akademickou sférou, výzkumnými organizacemi a dalšími stakeholdery v oblasti inovativních řešení problémů cestovního ruchu.

název příslušných projektů implementačního plánu	číslo
Rozšíření datovýchází cestovního ruchu v Praze	28

název příslušných projektů implementačního plánu	číslo
Plán na řešení problémů s krátkodobými pronájmy	15
Plán na zajištění dodržování pravidel pro průvodcovské služby	16

2.3 posilování pozice prahy jako bezpečného města

Smyslem tohoto cíle je upevňovat pozici Prahy jako jednoho z **nejbezpečnějších měst světa**, posilovat bezpečnostní systém určený pro řešení mimořádných událostí a rozvíjet spolupráci s bezpečnostními složkami města a státu v oblasti cestovního ruchu, mj. s cílem zvýšit kapacity bezpečnostních složek v turisticky přetížených oblastech. V rámci tohoto cíle se jedná také o zajištění udržitelnosti příjezdového cestovního ruchu pro případ mimořádných situací a vytvoření plánu krizové komunikace pro tyto události.

3. praha strategicky rozvíjená

3.1 budování a rozvoj infrastruktury v cestovním ruchu

Vytvářet a rozvíjet infrastrukturu pro kulturní, vzdělávací i sportovní aktivity **mimo centrum metropole**, v místech s potenciálem pro cestovní ruch, se snahou o odlehčení a zklidnění centra. V rámci rozvoje infrastruktury vytvářet podmínky a systematicky podporovat **rozvoj obchodního cestovního ruchu, včetně zkapacitnění a modernizace kongresové infrastruktury**, a podpořit tak růst tohoto segmentu s vysokou přidanou hodnotou. **Rozvíjet městskou turistickou infrastrukturu a jednotný informační systém** (P+R, městský mobiliář, veřejná WC, pítka, informační tabule, informační centra apod.).

název příslušných projektů Implementačního plánu	číslo
Projekt rozvoje kongresové infrastruktury	6
Rozvoj turistické infrastruktury mimo centrum města	10
Jednotný informační systém hl. m. Prahy (JIS)	19

3.2 zklidnění centra města, doprava v praze

Smyslem tohoto cíle je regulovat turistickou dopravu v Praze nastavením jasných pravidel pro její využívání a tím mj. přispívat ke snížení uhlíkové stopy, znečištění ve městě, a podpořit tak rozvoj slow turismu. **Podporovat a zefektivnit využívání MHD pro potřeby cestovního ruchu**, zlepšovat informovanost turistů o možnostech dopravy po Praze, včetně spojení z / na letiště. Cílem je komplexní zklidňování historického centra města, včetně vytváření podmínek pro vznik a podporu atraktivit

mimo přetížené centrum, a to jak pro návštěvníky města, tak pro rezidenty. Naplňování tohoto cíle souvisí s rozvíjením koncepce tzv. města krátkých vzdáleností či patnáctiminutového města. V rámci každodenního úsilí o naplnění tohoto cíle je také třeba konzistentně komunikovat a uplatňovat platná pravidla a zákonné normy vůči návštěvníkům metropole, např. formou informačních a osvětových kampaní o limitech, pravidlech a kultuře chování v Praze.

název příslušných projektů Implementačního plánu	číslo
Vzdělávací a osvětová kampaň mezi návštěvníky o limitech, pravidlech a kultuře chování v Praze	3
Prague Visitor Pass	7
Historická tramvaj	12

3.3 kultivace veřejného prostoru

Smyslem tohoto cíle je **pečovat o estetiku veřejného prostoru** a jeho citlivé využívání. Reinvesticemi zisků z cestovního ruchu do údržby a oprav památek pečovat o odkaz a zachování dědictví předchozích generací. Paralelně podporovat **rozvoj zelených ploch s možností aktivního trávení volného času** pro turisty i rezidenty. V rámci kultivace objektů a veřejných prostranství usilovat o prostředí a podmínky pro rozvoj **přístupného a inkluzivního cestovního ruchu**. Do obnovy, rozvoje a péče o veřejný prostor zapojovat umělce, kreativní tvůrce a inovátory s důrazem na podporu kvality trávení volného času Pražanů i návštěvníků Prahy.

název příslušných projektů Implementačního plánu	číslo
Accessible Prague	14
Koncepce tržišť v Pražské památkové rezervaci	21
Kultivace veřejného prostoru u objektů ve správě PCT	29

4. praha udržitelná

4.1 vztah rezidentů a podnikatelů k praze

Smyslem tohoto cíle je systematicky podporovat **budování a rozvíjení vztahu a vazeb rezidentů a podnikatelských subjektů k městu** a jejich identifikace s ním. Zároveň chceme usilovat o budování a rozvíjení vztahu domácích i zahraničních návštěvníků metropole k hmotnému i nehmotnému dědictví a místní kultuře, rozvíjet systematicky **pozitivní vztahy mezi místní a návštěvnickou komunitou** a komunikovat s Pražany, a to jak s rezidenty, tak s podnikatelskými subjekty v cestovním ruchu. V neposlední řadě je zásadní **podporovat místní řemeslníky, umělce a výrobce**, jejichž produkty a služby vynikají vysokou přidanou hodnotou, dokonalým řemeslným zpracováním, originalitou a autenticitou.

název příslušných projektů Implementačního plánu	číslo
Známka udržitelného turismu	18
Inovace portfolia produktů a služeb Prague City Tourism	26

4.2 partnerstvím k prosperitě a udržitelnosti

Smyslem tohoto cíle je budování udržitelné metropole, kdy **rozvoj cestovního ruchu bude financován z poplatku z pobytu**, o jehož navýšení na úroveň srovnatelnou s metropolemi Evropy je třeba usilovat. Cílem je zajištění rovnováhy kulturního, komunitního a turistického využívání kulturních památek a dalších atraktivit města a budování metropole **odpovědně jak environmentálně, tak sociálně, kulturně i ekonomicky**. Všichni aktéři cestovního ruchu by měli být motivováni k implementaci prvků udržitelnosti (podpora cirkulární ekonomiky, adaptace na klimatickou

změnu, odpovědné hospodaření s odpadem, využívání obnovitelných a druhotných zdrojů atd.). Prague City Tourism usiluje o maximální udržitelnost a společenskou odpovědnost ve všech svých aktivitách. Rozvoj udržitelné metropole vyžaduje koordinované úsilí všech aktérů cestovního ruchu, kdy důležitou roli hraje rozvoj strategických partnerství, jako je např. spolupráce **Touchpoint** mezi společnostmi Prague City Tourism, Letištěm Praha, CzechTourism a Středočeským krajem.

název příslušných projektů Implementačního plánu	číslo
Spolupráce Touchpoint	5
Propagace poutního cestovního ruchu	22
Řízení a komunikace Strategie příjezdového cestovního ruchu	24

4.3 spoluprací a inovacemi ke špičkovým službám

V rámci naplňování tohoto cíle **rozvíjet národní i mezinárodní spolupráci na všech úrovních, podporovat mezisektorovou a interdisciplinární spolupráci**, sdílet a implementovat příklady dobré praxe. Rozvíjet digitální služby v cestovním ruchu a implementovat technologické inovace a inovativní řešení. Systémově **podporovat společenskou odpovědnost** a naplňování SDGs u aktérů v cestovním ruchu. **Kultivovat prostředí a pracovníky v cestovním ruchu**, trvale usilovat o zlepšování kvality služeb a péče o zákazníky.

název příslušných projektů Implementačního plánu	číslo
Revize vzdělávacího systému průvodcovských služeb	17
Certifikace PCT v rámci Kategorizace organizací destinačního managementu	27

indikátory naplňování strategie



Prague City Tourism pravidelně monitoruje a vyhodnocuje naplňování projektů implementačního plánu Strategie. Všechny projekty odečítá na měsíční bázi, jejich stav reportuje dozorčí radě společnosti a v roce 2027 předloží komplexní vyhodnocení Implementačního plánu Radě hl. m. Prahy.

Jedná se o živý dokument, který lze doplnit o projekty nové, vyvstane-li tato potřeba. Vývoj cestovního ruchu v Praze pak sleduje sérií indikátorů v sekcích destinačního managementu, ekonomické hodnoty, sociálního a kulturního dopadu a environmentálního impaktu.

indikátory naplňování implementačního plánu

sekce A: destinační management				
kritéria	referenční číslo	indikátor	cíl	jak měříme
A.1 Veřejná politika zaměřená na udržitelný turismus	A.1.1	Poměr turistických zařízení v destinaci využívající dobrovolnou certifikaci pro udržitelný turismus	Zvýšení počtu podniků využívajících známky udržitelnosti	Známka udržitelnosti, MŽP
	A.1.2	Počet akčních plánů / strategií zohledňujících kritéria udržitelného turismu	Vznik akčních plánů a strategií zohledňujících cíle Koncepce a kritéria udržitelnosti cestovního ruchu	OECD TM (indikátor převzat), měříme monitoringem vzniku akčních a strategických plánů
A.2 Spokojenost zákazníků	A.2.1	Spokojenost turistů se zážitkem v destinaci	Zvýšení indexu spokojenosti	Index spokojenosti — Mastercard, Google, TripAdvisor
	A.2.2	Procento navracejících se turistů	Zvýšení procenta navracejících se turistů	Tracking CR — CzechTourism

sekce B: ekonomická hodnota				
kritéria	referenční číslo	indikátor	cíl	jak měříme
B.1 Síla cestovního ruchu v destinaci	B.1.1	Počet turistů v určitém časovém období	Zvyšování podílu kultivovaných a bonitních turistů	Data ČSÚ
	B.1.2	Počet návštěvníků za určité časové období	Prodlužování pobytu, včetně přenocování	Tracking CR — CzechTourism
	B.1.3	Podíl turismu na HDP destinace	Zvýšení podílu díky nárůstu průměrných útrat	Data ČSÚ
	B.1.4	Denní útrata turistů	Zvýšení průměrné denní útraty turistů	Tracking CR — CzechTourism
	B.1.5	Denní útrata výletníků	Zvýšení průměrné denní útraty výletníků	Tracking CR — CzechTourism

B.2 Výkon podniků v turistickém ruchu	B 2.1	Průměrná délka přenocování návštěvníků	Prodloužení doby pobytu	Data ČSÚ
	B 2.2	Míra obsazenosti v HUZ	Zvyšování míry obsazenosti díky prodloužení doby pobytu turistů	Data ČSÚ
B.3 Kvalita a kvantita pracovních míst	B 3.1	Podíl úvazků v cestovním ruchu na celkové zaměstnanosti destinace	Zachování předcovidového stavu	Data ČSÚ
B.4. Dodavatelský řetězec (a zapojení KKP) v cestovním ruchu	B 4.1	Poměr lokálně vyráběných produktů a služeb využívaných podniky v CR	Podpora lokálně vyráběných produktů a služeb	Známka udržitelnosti

sekce C: sociální a kulturní dopad				
kritéria	referenční číslo	indikátor	cíl	jak měříme
C.1 Komunitní / sociální dopad	C.1.1	Počet turistů / návštěvníků na 100 rezidentů	Zamezení overtourismu, přírůstek turistů by měl korelovat se stabilním přírůstkem obyvatelstva	Data ČSÚ
	C.1.2	Spokojenost rezidentů s turismem v destinaci	Zvýšení spokojenosti Pražanů se stavem turismu v metropoli	STEM MARK, FSV UK
	C.1.3	Počet dostupných lůžek v HUZ na 100 rezidentů	Udržení nebo navýšení počtu z roku 2019	Data ČSÚ
C.2. Zdraví a bezpečnost	C.2.1	Počet turistů, kteří podají stížnost na policii	Snižování počtu stížností	Vlastní data z TIC
	C.2.2	Index bezpečnosti z Mastercard	Udržení vysoké míry bezpečí	OECD, Mastercard
C.4 Inkluze / dostupnost	C.4.1	Poměr pokojů v HUZ dostupných pro návštěvníky s tělesným postižením	Navyšování počtu zařízení	Známka udržitelnosti, CZEPA
	C.4.2	Poměr HUZ účastnících se v accessibility information scheme (AIS)	Zvyšování počtu HUZ zapojených do AIS	Známka udržitelnosti, CZEPA
	C.4.3	Poměr vozů hromadné dopravy, které jsou dostupné pro návštěvníky s tělesným postižením and specific access requirement	Navyšování počtu zařízení	DPP
	C.4.4	Poměr turistických cílů přístupných pro návštěvníky s tělesným postižením	Navyšování počtu zařízení	Známka udržitelnosti, CZEPA

C.5 Ochrana a zlepšování kulturního dědictví, lokální identity a dalších aktiv	C.5.1	Poměr rezidentů spokojených s dopady turismu na identitu destinace	Zvýšení spokojenosti Pražanů s dopady turismu na identitu destinace	STEM MARK, FSV UK
	C.5.2	Počet událostí, služeb a produktů v destinaci zaměřených na tradiční / lokální kulturu a dědictví	Podpora KKP	KUC, MKČR

sekce D: environmentální impakt				
kritéria	referenční číslo	indikátor	cíl	jak měříme
D.1 Snižování negativních dopadů dopravy	D.1.1	Poměr turistů a výletníků využívajících různých dopravních prostředků k dopravě do destinace	Zvýšit počet turistů využívajících různých dopravních prostředků k dopravě do destinace	DPP, ODO
	D.1.2	Poměr turistů a výletníků využívajících veřejnou hromadnou dopravu pro transport v destinaci	Zvýšit turistů a výletníků využívajících veřejnou hromadnou dopravu pro transport v destinaci	DPP, ODO
	D.1.3	Průměrný počet kilometrů uražených při cestě do destinace		CzechTourism, MD
D.2 Klimatická změna	D.2.1	Poměr podniků v CR zapojených v projektech zaměřených na snižování negativních dopadů na životní prostředí	Zvýšit poměr těchto podniků	Známka udržitelnosti
D.3 Využití energií	D.3.1	Poměr podniků v CR zapojených v projektech zaměřených na snižování energetické spotřeby	Zvýšit poměr těchto podniků	Známka udržitelnosti

přehled použitých zdrojů

OECD Tourism Trends and Policies: [OECD Tourism Trends and Policies | OECD iLibrary \(oecd-ilibrary.org\)](#)

Achieving the Sustainable Development Goals through Tourism — Toolkit of Indicators for Projects (TIPs): [Achieving the Sustainable Development Goals through Tourism — Toolkit of Indicators for Projects \(TIPs\) | World Tourism Organization \(e-unwto.org\)](#)

World Tourism Organization (2023), *Compendium of Tourism Statistics, Data 2017 — 2021, 2023 Edition*, UNWTO, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284424146>

UNESCO Sustainable Tourism Toolkit: <http://whc.unesco.org/sustainabletourismtoolkit/how-use-guide>

Český statistický úřad — statistiky Cestovní ruch <https://www.czso.cz/>

United Nations Sustainable Development Goals: <https://sdgs.un.org/goals>

CzechTourism Tourdata: [Tourdata — Tourdata — data o cestovním ruchu](#)

Strategie rozvoje cestovního ruchu České republiky 2021—2030: [Ministerstvo pro místní rozvoj ČR — Strategie rozvoje cestovního ruchu ČR 2021-2030 \(mmr.cz\)](#)

Strategický rámec Česká republika 2030: [Strategický rámec Česká republika 2030 — ČR 2030 | Strategie \(cr2030.cz\)](#)

Strategický plán hl. města Prahy: [Městské strategie | iprpraha.cz](#)

Koncepce kulturní politiky 2022+: [Kulturní politika_HMP_blok_web.pdf \(praha.eu\)](#)

Strategie MICE 2022+ (Prague Convention Bureau): [Priloha_c_2_Strategie_MICE_2022_.pdf \(praha.eu\)](#)

Klimatický plán hl. města Prahy: iprpraha.cz/assets/files/files/oe46bdd3a5a42834a3dd47dbfofe9602.pdf

Cirkulární Praha 2030: [b785ae2a11eea1a484a010a2a25ab3c3.pdf \(iprpraha.cz\)](#)

Booking.com reports: [Newsroom Booking global](#)

Expedia Group reports: [Travel with Expedia:Vacation Homes, Hotels, Car Rentals, Flights & More](#)

Databáze TourMIS: [TourMIS](#)

Databáze Mabrian: [Smart destinations — Mabrian](#)

Databáze STR: [search-str-database | ATCC](#)

Interní analýzy a reporty společnosti Prague City Tourism

ICCA
International Congress and Convention Association
mezinárodní kongresová a konferenční asociace; iccaworld.org

UNESCO
United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization
Organizace pro vzdělání, vědu a kulturu, specializovaná agentura OSN, zaměřená na podporu světového míru a bezpečnosti prostřednictvím mezinárodní spolupráce ve vzdělávání, vědě a kultuře; gov.cz

CityDNA
City Destinations Alliance
evropská aliance pro sdílení zkušeností a znalostí měst a městských regionů; citydestinationsalliance.eu

UNWTO
United Nations World Tourism Organization
agenturou OSN odpovědnou za podporu odpovědného, udržitelného a všeobecně dostupného cestovního ruchu; unwto.org

TourMIS
Marketing Information System
marketingově-informační systém pro organizace v cestovním ruchu různých destinací; tourmis.info

Eurostat
European Statistics
statický úřad Evropské unie, který je odpovědný za zveřejňování vysoce kvalitních celoevropských statistik a ukazatelů umožňujících srovnání mezi zeměmi a regiony; commission.europa.eu

WTTC
World Travel & Tourism Council
světová rada pro cestování a cestovní ruch, která je autoritou v oblasti ekonomického a sociálního přínosu cestovního ruchu; wttc.org

GDSM
Global Destination Sustainability Movement
sdružení monitorující strategie udržitelnosti cestovního ruchu organizací destinačního managementu; gds.earth

OECD
Organisation for Economic Co-operation and Development
Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj, mezinárodní organizace, koordinující ekonomickou a sociálně-politickou spolupráci členských zemí, zprostředkovávající nové investice a prosazující liberalizaci mezinárodního obchodu; oecd.org

GSTC
Global Sustainable Tourism Council
rada pro udržitelný cestovní ruch, stanovující a spravující globální standardy pro udržitelné cestování a cestovní ruch, známé jako kritéria GSTC = globální standardy pro udržitelný cestovní ruch; gstcouncil.org

ČSÚ
Český statistický úřad
ústřední orgán státní správy ČR, vytvářející objektivní a ucelený obraz ekonomického, sociálního, demografického a environmentálního vývoje ČR a jejich jednotlivých částí, poskytující komplexní statistické podklady pro potřeby státní a veřejné správy, samosprávy, podnikatelské sféry, mezinárodních institucí, výzkumných organizací aj., tyto podklady pravidelně zveřejňuje; czso.cz

PCB
Prague Convention Bureau
oficiální reprezentant Prahy v oblasti kongresového průmyslu; pragueconvention.cz

Operátor ICT
OICT
společnost zajišťující agendu a řízení projektů Smart City, odborné poradenství v oblasti ICT a realizaci ICT projektů pro městské části a další městské společnosti; praha.eu

Systém PKPOK
pražský turistický a destinační portál klienta a podpora
obslužných kanálů; etendry.cz

CzechTourism
státní příspěvková organizace, jejímž cílem je propagace
České republiky jako destinace cestovního ruchu v zahraničí
i v České republice; czechtourism.cz

Golemio
datová platforma hlavního města Prahy, soubor technických
nástrojů pro práci s daty; golemio.cz

MK ČR
Ministerstvo kultury České republiky

MD ČR
Ministerstvo dopravy České republiky

MMR ČR
Ministerstvo pro místní rozvoj České republiky

MŽP ČR
Ministerstvo životního prostředí České republiky

KUC MHMP
Odbor kultury a cestovního ruchu Magistrátu hlavního města
Prahy

ODO MHMP
Odbor dopravy Magistrátu hlavního města Prahy, zajišťující
opravu a údržbu komunikací a dopravních služeb

DPP
Dopravní podnik hl. m. Prahy, akciová společnost

TSK
Technická správa komunikací hl. m. Prahy, a.s.

FSV UK
Fakulta sociálních věd Univerzity Karlovy

CZEPA
Česká asociace paraplegiků, nezisková organizace pomáhající
lidem s poraněním míchy

STEM/MARK
výzkumná agentura zajišťující marketingový výzkum
v nejrůznějších oborech

LVHP
Letiště Václava Havla Praha

PVP
Prague Visitor Pass

JIS
Jednotný informační systém hlavního města Prahy

MICE
Meetings, Incentive, Congress and Events
kongresový a konferenční cestovní ruch

HUZ
hromadná ubytovací zařízení

CR
cestovní ruch

TIC
turistické informační centrum

DMO
Destination Management Organization
organizace destinačního managementu



projekty implementačního plánu na období 2024—2027



Je předkládáno 29 projektů Implementačního plánu, které systematicky naplňují 4 klíčové cíle Strategie, jimiž jsou Praha zisková, Praha odolná, Praha strategicky rozvíjená a Praha udržitelná. U zhruba dvou třetin projektů předpokládáme realizaci společností Prague City Tourism, u další třetiny se jedná o realizaci odbory Magistrátu hlavního města Prahy, Regionálním organizátorem pražské integrované dopravy, Dopravním podnikem hl. m. Prahy, Operátorem ICT, Letištěm Praha či Prague Convention Bureau. Prague City Tourism bude projekty monitorovat a odečítat na měsíční bázi, jejich stav reportovat dozorčí radě společnosti a v roce 2027 předloží komplexní vyhodnocení Implementačního plánu Radě hl. města Prahy. Jedná se o živý dokument, který umožňuje dynamicky zařazovat projekty nové dle potřeb a priorit města.

1. Propagace Prahy jako prémiové destinace a realizace kampaně v zahraničí

gesce: člen Rady hl. m. Prahy pro oblast kultury, cestovního ruchu, památkové péče, výstavnictví a péče o zvířata (animal welfare)
Realizace každoročních marketingových kampaní propagujících destinační web prague.eu s cílem oslovit, získat a udržet kultivované návštěvníky z vybraných strategicky důležitých evropských i zámořských trhů.

2. Dlouhodobá marketingová kampaň #vPrazejakodoma

gesce: člen Rady hl. m. Prahy pro oblast kultury, cestovního ruchu, památkové péče, výstavnictví a péče o zvířata (animal welfare)
Domácí turismus v Praze podporuje vztah Pražanů ke kulturnímu dědictví města. Zároveň je jednou z neudržitelnějších forem turismu, je tedy nasnadě ho rozvíjet. Pomoci tomu by měl projekt dlouhodobé marketingové kampaně #vPrazejakodoma, která je zaměřena na zvyšování objemu domácích návštěvníků.

3. Vzdělávací a osvětová kampaň mezi návštěvníky o limitech, pravidlech a kultuře chování v Praze

gesce: člen Rady hl. m. Prahy pro oblast kultury, cestovního ruchu, památkové péče, výstavnictví a péče o zvířata (animal welfare)
Návštěvníci Prahy si často nejsou vědomi pravidel chování a legislativních norem v metropoli (například dodržování nočního klidu, zákazu konzumace alkoholu ve veřejném prostoru v určitých oblastech apod.). Cílem osvětové kampaně Enjoy Respect Prague, která je součástí projektu OSN, je tyto informace poskytovat a chránit zájmy místních obyvatel. Součástí kampaně by mělo být i zvýšení povědomí návštěvníků Prahy o možných rizicích (například informace o směnárnách, taxi službách atd.).

4. Upevňování identity a pozice značky Praha

gesce: člen Rady hl. m. Prahy pro oblast kultury, cestovního ruchu, památkové péče, výstavnictví a péče o zvířata (animal welfare)
Systematická implementace vizuální identity Prahy na destinačním webu prague.eu, v označení spravovaných historických objektů a všech produktů a službách Prague City Tourism. To vše s cílem nadále upevňovat a posilovat značku Praha a její prestiž v Česku i v zahraničí. Propojení s vizuální identitou Prague Convention Bureau.

5.

Spolupráce Touchpoint
- gesce: člen Rady hl. m. Prahy pro oblast kultury, cestovního ruchu, památkové péče, výstavnictví a péče o zvířata (animal welfare)*

Touchpoint, spolupráce mezi PCT, CzechTourism a Letištěm Praha, jejímž cílem je podpora příjezdového cestovního ruchu, získání a udržení kultivované a bonitní turistické klientely, propagace České republiky a Prahy v rámci spolupráce se stávajícími leteckými dopravci provozujícími přímá letecká spojení ze strategicky důležitých trhů, propagace České republiky a Prahy v rámci spolupráce s novými dopravci zavádějícími svá pravidelná přímá letecká spojení ze strategicky důležitých trhů, rozšíření podpory příjezdového cestovního ruchu do Prahy v souladu se Strategii příjezdového cestovního ruchu hl. m. Prahy a České republiky a podpora pozitivního vývoje udržitelného turismu v Praze a v České republice (v souladu se Strategií agentury CzechTourism a destinace Česká republika 2021—2025).
6.

Projekt rozvoje kongresové infrastruktury
- gesce: člen Rady hl. m. Prahy pro oblast kultury, cestovního ruchu, památkové péče, výstavnictví a péče o zvířata (animal welfare)*

Kongresové centrum Praha dlouhodobě není schopné uspokojit vysokou poptávku po výstavních a kongresových plochách, přičemž kongresový cestovní ruch je velice významným zdrojem příjmů hl. m. Prahy. Cílem projektu je rozšíření Kongresového centra Praha o novou výstavní halu. Tato by měla vzniknout v místě současného parkoviště na Pankráckém náměstí a nedílnou součástí její výstavby je i plánovaná revitalizace jižní části veřejného prostranství. Zde by měl vzniknout park s vodními plochami, tedy místo k rekreaci pro rezidenty i návštěvníky. Zároveň by měla projít rekonstrukcí i stará budova Kongresového centra.
7.

Prague Visitor Pass
- gesce: člen Rady hl. m. Prahy pro oblast kultury, cestovního ruchu, památkové péče, výstavnictví a péče o zvířata (animal welfare)*

Turistická karta Prague Visitor Pass (PVP) je nástrojem umožňujícím zahraničním i domácím návštěvníkům hlavního města čerpat volné vstupy do vybraných více než 60 památkových, kulturních a jiných objektů, slevy u vybraných obchodníků, neomezené jízdné v MHD, přednostní vstupy do vybraných objektů (skip the line). Karta také upozorňuje formou notifikací na aktuality a zajímavé akce, které metropole v daném čase nabízí. Cílem projektu je další rozvoj tohoto produktu, a to obohacení nabídky o vybrané zážitky, navázání dalších spoluprací a v neposlední řadě i recyklace či upcyklace fyzických karet a možnost jejich opakované aktivace.
8.

Aplikace My Prague
- gesce: člen Rady hl. m. Prahy pro oblast kultury, cestovního ruchu, památkové péče, výstavnictví a péče o zvířata (animal welfare)*

Praha čelila v minulých letech trvale rostoucímu trendu masového turismu a s tím souvisejícím negativním dopadům, jako je například přehlcení pražské památkové zóny. V současné době hl. m. Praha postrádá nástroj, kterým by mohla tok cestovního ruchu aktivně ovlivňovat. Cílem je tedy vytvoření komplexního systému ve formě aplikace umožňujícího dlouhodobě ulevovat přetížené památkové zóně hl. m. Prahy. Aplikace jednak umožní komunikaci s uživateli v případě krizových a jiných bezpečnostních situací, ale bude zároveň sloužit jako zdroj dat o chování návštěvníků Prahy, na jejichž základě bude možné zlepšovat nabídku služeb v destinaci.
9.

Systém PKPOK
- gesce: člen Rady hl. m. Prahy pro oblast kultury, cestovního ruchu, památkové péče, výstavnictví a péče o zvířata (animal welfare)*

Cílem projektu je vybudovat modulární, rozšiřitelný systém „Pražský turistický a destinační portál klienta a podpora obslužných kanálů (PKPOK)“ umožňující podporu turistického ruchu, jeho klientů, podnikatelských subjektů a partnerů v destinaci Praha. Projekt napomůže zkvalitnění služeb destinace poskytovaných klientů a dalším aktérům v cestovním

ruchu a zároveň zefektivnění strategického rozhodování organizace destinačního managementu, a to zejména díky službám, informacím a datům konsolidovaným pod záštitou jediného systému, který bude pod správou PCT.

10.

Rozvoj turistické infrastruktury mimo centrum města
- gesce: člen Rady hl. m. Prahy pro oblast kultury, cestovního ruchu, památkové péče, výstavnictví a péče o zvířata (animal welfare)*

Rozvoj turistické infrastruktury v širším slova smyslu mimo centrum metropole je zásadní pro deturistifikaci historické části města a k rovnoměrnější distribuci návštěvníků Prahy. Cílem tohoto projektu je umisťovat kulturní atraktivitu včetně umění ve veřejném prostoru do částí Prahy mimo památkovou rezervaci. Jedná se o projekty Šlechtovy restaurace, infosystému o osadě Baba, zahrady Kaštanka či EDUřeka. Dále projekt zahrnuje rozvoj turistické infrastruktury (informační centra, úložiště pro zavazadla apod.) a sdílené městské infrastruktury (P+R, městský mobiliář, veřejná WC apod.) v turisticky perspektivních místech tak, aby odpovídala narůstajícímu množství návštěvníků i jejich měnícím se potřebám a přispívala ke kultivaci veřejného prostoru.
11.

Via Artis (pracovní název)
- gesce: člen Rady hl. m. Prahy pro oblast kultury, cestovního ruchu, památkové péče, výstavnictví a péče o zvířata (animal welfare)*

Projekt Via Artis propojuje významné kulturní atraktivitu v centru Prahy (galerie, muzea, pražské věže) do jediného společného turistického produktu. Tento projekt má potenciál přispět k rozšíření a zkvalitnění nabídky pro návštěvníky Prahy a tím napomoci kultivaci cestovního ruchu v Praze. Bude vytvořena multivstupenka, která bude zahrnovat vstupy do vybraných atraktivit. Výsledný produkt klientům umožní komfortní poznávání centra Prahy a zpřístupní místní možnosti kulturního využití za výhodnějších finančních podmínek pro turisty i rezidenty hlavního města.
12.

Historická tramvaj
- gesce: člen Rady hl. m. Prahy pro oblast dopravy*

Provoz komerční tramvajové linky pro domácí i zahraniční turisty, která propojuje městské památky a jezdí formou okružní jízdy v režimu hop on — hop off byl zahájen v létě 2021. Historická tramvaj tvoří ekologičtější alternativu k jiným turistickým službám podobného typu, zároveň snižuje zátěž kladenou na běžnou hromadnou dopravu, kterou využívají Pražané. V rámci projektu budou realizovány tematické jízdy s průvodcem (např. Po stopách heydrichiády). V březnu 2024 došlo k rozšíření provozu linky, která nově jezdí denně.
13.

Zvýšení poplatku z pobytu
- gesce: člen Rady hl. m. Prahy pro oblast financí, rozpočtu, fondů a podpory podnikání*

Hlavní město Praha se jako první obec v zemi zavázala k tomu, že 50 % z veškerých výnosů z poplatku z pobytu vrátí zpět do rozvoje cestovního ruchu. Výnosy jsou využity zejména na jeho kultivaci, marketingové kampaně realizované společností Prague City Tourism nebo MICE aktivity jako jsou kongresy nebo mezinárodní konference. Díky memorandu mezi hl. m. Praha, Asociací hotelů a restaurací ČR a společností Prague City Tourism došlo k navýšení poplatku z pobytu na 50 Kč, což mělo za následek výrazné zvýšení příjmů hl. m. Prahy z cestovního ruchu. V navýšení poplatku chceme ve spolupráci s Asociací hotelů a restaurací ČR pokračovat, tak aby byla výše srovnatelná s bezprostředně konkurenčními destinacemi.

14. Accessible Prague

gesce: člen Rady hl. m. Prahy pro oblast kultury, cestovního ruchu, památkové péče, výstavnictví a péče o zvířata (animal welfare)
V Praze chybí dostatečná infrastruktura a nabídka služeb tzv. přístupného cestovního ruchu. Cílem přístupného nebo také inkluzivního cestovního ruchu je vědomé a systematické zvyšování přístupnosti a využitelnosti služeb cestovního ruchu pro všechny návštěvníky destinace, tedy včetně návštěvníků s pohybovým, zrakovým, sluchovým a komunikačním omezením. Cílem projektu je pomoci aktérům v cestovním ruchu přizpůsobit nabídku svých produktů a služeb pro tyto skupiny návštěvníků a nastavit k tomu relevantní motivační a propagační benefity s akcentem na udržitelnost.

15. Plán na řešení problémů s krátkodobými pronájemy

gesce: členka Rady hl. m. Prahy pro oblast sociálních věcí, bydlení a zdravotnictví
Neregulovaný nárůst krátkodobých pronájmů přispívá k vyklidňování historického centra, snižování kvality života místních obyvatel, způsobuje tlak na trh bydlení a na dostupnost maloobchodních prostor pro neturistické služby. V současné době probíhá dialog s platformami pro poskytování krátkodobých pronájmů a připravuje se změna legislativy, která bude danou problematiku komplexně upravovat. Tato by měla zajistit regulaci krátkodobých pronájmů tak, aby byty nebyly trvale využívány k poskytování ubytovacích služeb.

16. Plán na zajištění dodržování pravidel pro průvodcovské služby

gesce: člen Rady hl. m. Prahy pro oblast kultury, cestovního ruchu, památkové péče, výstavnictví a péče o zvířata (animal welfare)
Kvalita průvodcovských služeb je klíčovým aspektem zákaznické zkušenosti návštěvníků Prahy. Projekt je zaměřen na zkvalitňování poskytovaných průvodcovských služeb, včetně kontroly necertifikovaných průvodců, kultivaci cestovního ruchu a veřejného prostoru. Součástí projektu je i dlouhodobá osvětová kampaň pro návštěvníky metropole informující o tom, jak se v nabídce průvodcovských služeb orientovat.

17. Revize vzdělávacího systému průvodcovských služeb

gesce: člen Rady hl. m. Prahy pro oblast kultury, cestovního ruchu, památkové péče, výstavnictví a péče o zvířata (animal welfare)
Cílem projektu je komplexní revize a inovace vzdělávacího systému Pragensia viva, tedy restrukturalizace a akreditace procesů vzdělávání průvodců s cílem podpořit proklientský přístup, udržitelnost, zohlednění kulturních odlišností a skupin se specifickými potřebami. V rámci revize bude zaveden i interní kariérní řád průvodců.

18. Známká udržitelného turismu

gesce: člen Rady hl. m. Prahy pro oblast kultury, cestovního ruchu, památkové péče, výstavnictví a péče o zvířata (animal welfare)
Známká udržitelného turismu představuje nejen platformu pro turisty, kterým poskytne přehled udržitelných produktů a služeb, ale také přehled nástrojů pro město, jak podporovat podnikatele fungující v souladu se Strategii a to např. zohledněním u městských pronájmů a grantových řízeních. Známká udržitelného turismu může zohledňovat různé aspekty udržitelnosti (ekologická udržitelnost, vyrobeno lokálně, produkt slouží místním i turistům, produkt je v souladu s pravidly o vizuálním smogu, produkt je sociálně zodpovědný, ...). Je žádoucí, aby označení udržitelnosti byla sjednocena stejným grafickým i organizačním systémem všemi partnery i kontraktory Prague City Tourism, jakož i ostatními subjekty cestovního ruchu.



19. **Jednotný informační systém hl. m. Prahy (JIS)**

gesce: člen Rady hl. m. Prahy pro oblast infrastruktury
Jednotný informační systém hl. m. Prahy („JIS“) je komplexním projektem řešícím celkovou prezentaci Prahy a její informační a orientační systém v rámci všech druhů mobility (veřejná, pěší, cyklistická i individuální automobilová doprava) s důrazem na preferenci udržitelných druhů mobility a podporu multimodality. Myšlenka zpracování projektu sjednocení a zkvalitnění informačního a navigačního systému v Praze vychází z dlouhodobě neutěšených poměrů v této oblasti, kdy na území Prahy existovalo více nekoordinovaných samostatných systémů pro navigaci pěších (místních nebo turistů), cyklistů a cestujících veřejné dopravy (i více nesourodných subsystémů v rámci jednoho systému veřejné dopravy). V rámci grafického zpracování systému, pojmenovaném Čitelná Praha, bude zaveden jednotný koherentní systém navigace v rámci Prahy, od roku 2023 probíhá jeho postupná celoměstská implementace.

20. **Pražská kongresová karta**

gesce: člen Rady hl. m. Prahy pro oblast kultury, cestovního ruchu, památkové péče, výstavnictví a péče o zvířata (animal welfare)
V rámci podpory sektoru MICE a kongresového turismu vnímá PCT potřebu modernizace městského produktu pro účastníky kongresů v Praze, jenž je v současnosti realizován formou papírových kupónů sloužících účastníkům k neomezenému využití MHD po dobu konání kongresu. S příchodem pražské turistické karty Prague Visitor Pass na trh se otevírá možnost využití potenciálu karet vedle volnočasového turismu také v sektoru MICE. PCT ve spolupráci s dalšími stakeholdery v oblasti kongresového turismu v metropoli v této souvislosti navrhuje iniciovat vznik Pražské kongresové karty, která by nahradila dosavadní produkt a přispěla k modernímu a udržitelnému pojetí kongresových akcí v Praze.

21. **Koncepce tržišť v Pražské památkové rezervaci**

gesce: člen Rady hl. m. Prahy pro oblast majetku, transparentnosti a legislativy
Cílem projektu je koncepční uchopení a vyřešení situování trhů a městských tržišť na území pražské památkové rezervace tak, aby odpovídalo požadavkům kultivované prezentace české metropole i jejích městských částí a nepřispívalo k přetěžování městské památkové rezervace hlavního města Prahy.

22. **Propagace poutního cestovního ruchu**

gesce: člen Rady hl. m. Prahy pro oblast kultury, cestovního ruchu, památkové péče, výstavnictví a péče o zvířata (animal welfare)
Propagace a podpora poutního cestovního ruchu je v souladu s dlouhodobou podporou udržitelných forem cestování a tzv. slow turismu, včetně pěší turistiky a cykloturistiky. V mnoha případech se jedná o přeshraniční dálkové trasy, které z Prahy vycházejí, Prahou procházejí, případně je plánováno jejich prodloužení do metropole. Jedná se například o Svatojanskou cestu, Cyrilometodějskou stezku, prodloužení Vintířovy stezky, vytvoření Stezky sv. Ludmily a dalších. V rámci metropole zavedou cesty poutníky i na méně známá místa, mnohdy mimo bezprostřední centrum města.

23. **Branding Prahy v obchodním cestovním ruchu včetně realizace kampaní na jeho podporu**

gesce: člen Rady hl. m. Prahy pro oblast kultury, cestovního ruchu, památkové péče, výstavnictví a péče o zvířata (animal welfare)
Obchodní cestovní ruch se vyznačuje vysokou přidanou hodnotou a zároveň nízkou mírou zatížení destinace. Má také značné celospolečenské přínosy. Projekt je zaměřen na branding Prahy v obchodním cestovním ruchu, který bude součástí brandu a vizuální identity značky Praha. Vytvoření silné a stabilní značky Prahy a zároveň realizace dlouhodobých marketingových kampaní přinese nejen jeho další rozvoj, ale zejména zvýší konkurenceschopnost Prahy v této oblasti.

24. **Řízení a komunikace Strategie příjezdového cestovního ruchu**

zodpovědnost za realizaci: Prague City Tourism
Pro úspěch realizace Strategie příjezdového cestovního ruchu hl. m. Prahy je nutné systematicky monitorovat a reportovat postup projektů Implementačního plánu. O naplňování Implementačního plánu, a tedy Strategie příjezdového cestovního ruchu, musí být pravidelně informováni stakeholderi, a to například skrze profesní platformy, ale i sociální síť a další relevantní komunikační kanály.

25. **Zvyšování kvality služeb a klientského servisu**

zodpovědnost za realizaci: Prague City Tourism
Zvyšování kvality služeb a klientského servisu je klíčovým faktorem pozitivní návštěvnické zkušenosti, a tedy reputace Prahy jako prémiové destinace. Cílem projektu je zvýšit procento pozitivního sentimentu turistů na turistickou nabídku v metropoli. Projekt zahrnuje realizaci vzdělávání zaměstnanců v oblasti kvality služeb, pravidelné kontroly kvality všech front-end pracovníků a systematickou kooperaci se všemi partnery z aktivit a služeb v cestovním ruchu.

26. **Inovace portfolia produktů a služeb Prague City Tourism**

zodpovědnost za realizaci: Prague City Tourism
Kontinuální inovace produktů a služeb Prague City Tourism tak, aby byla nadále rozšiřována nabídka pro sofistikovanou klientelu, rozvíjena a kultivována značka Praha a kvalita poskytovaných služeb. Mezi projekty jsou multimediální výstava na Staroměstské radnici, bedekr o Praze, návrat Prague Visitor Passu do oběhu, VR vycházky po Praze, narativy pro sofistikovanou zahraniční klientelu, Zvony paměti či exkluzivní zážitky s concierge servisem.

27. **Certifikace PCT v rámci Kategorizace organizací destinačního managementu**

zodpovědnost za realizaci: Prague City Tourism
Kategorizace DMO vytvořená MMR ČR a Českou centrálou cestovního ruchu — CzechTourism si klade za cíl zkvalitnit výkon a efektivitu činností v oblasti destinačního managementu a v oblasti marketingových aktivit zaměřených na domácí a zahraniční cestovní ruch. PCT tuto certifikaci získalo a zavazuje se tak ke dlouhodobé spolupráci v rámci této kategorizace a kultivaci standardů nejen vně, ale i uvnitř samotné organizace PCT. Organizace bude usilovat o každoroční obnovu certifikace..

28. **Rozšíření datovýchází cestovního ruchu v Praze**

zodpovědnost za realizaci: Prague City Tourism
Data jsou nezbytným základem pro efektivní řízení cestovního ruchu. PCT dlouhodobě systematicky zpracovává široké spektrum dat od různých poskytovatelů, které plánuje do budoucna dále rozšiřovat. To umožní hlubší vhled do chování a charakteristik turistů na území hl. m. Prahy a poskytne podrobnější data o subjektech působících v oblasti cestovního ruchu. Díky tomuto vhledu bude PCT umožněno efektivně řídit cestovní ruch skrze vysoce informovaná rozhodnutí podepřená spolehlivými daty, která zprostředkují pochopení potřeb a chování návštěvníků Prahy i přizpůsobení jednotlivých produktů na míru jejich potřebám.

29. Kultivace veřejného prostoru u objektů ve správě PCT

zodpovědnost za realizaci: Prague City Tourism

Kultivace veřejného prostoru a péče o něj u stávajících i nově získaných objektů PCT, včetně sjednocení úrovně prezentace a kvality služeb, to vše s citlivostí k historickým prostorům kulturních památek dle platných zákonů o památkové péči a také dle nového Manuálu pro kultivovanou Prahu, je jedna z hlavních priorit PCT. Proběhne oprava pláště Prašné brány, rekonstrukce interiéru Petřínské rozhledy a revitalizace zeleně v jejím okolí, rekonstrukce turistického informačního centra Můstek, vybudování nového turistického informačního centra v Karlově ulici a revitalizace výstavy v Novomlýnské vodárenské věži.

prague.eu



Prague City Tourism a.s.
Žatecká 110/2
110 00 Praha 1 — Staré Město
tourinfo@prague.eu
221 714 714
Papír z odpovědných zdrojů



prague
city tourism