

**Zápis z 1. řádného jednání Komise Rady hlavního města Prahy pro rozvoj
cestovního ruchu
konaného dne 27.5.2015 v Prostředním primátorském salonku v 15.00 hod.**

Přítomni:

- Členové:** Jan Wolf – předseda, Ing. Karel Grabein Procházka – místopředseda, Daniel Hodek, Mgr. František Cipro, Ing. Otakar John, Sanjiv Suri, Pavel Dvořák, PhDr. Pavel Maurer, Ing. Martina Jakl PhD., Štefan Oršoš
- Tajemnice:** Ing. Iveta Jechová
- Omluveni:** JUDr. Jaroslava Janderová, JUDr. Vladimír Dolejš, Jan Adámek
- Hosté:** MgA. Eliška Kaplický Fuchsová, Veronika Kimmer, PhDr. Jana Hudcová (OZV), PhDr. Nora Dolanská, Eda Kauba (Havas Worldwide), Marek Bačo (MediaCom)

Průběh jednání

1) Zahájení

Místopředseda Ing. Grabein Procházka přivítal přítomné členy a omluvil předsedu Jana Wolfa za zpoždění z důvodu účasti na jednání jiné komise. Poté požádal přítomné členy, aby se stručně představili. Po představení členů pokračovalo jednání bodem č. 2.

2) Prezentace projektu „Praha na sociálních médiích“

Prezentaci uvedla dr. Dolanská, ředitelka Prague City Tourism. Připomněla, že prezentace je výstupem ze dvou výběrových řízení, vyhlášených PCT v loňském roce, a to a) na kreativní agenturu a b) na mediální agenturu. Slovo dostali Eda Kauba, zástupce společnosti Havas Worldwide a Marek Bačo ze společnosti MediaCom, aby představili kampaň „Praha na sociálních médiích“. Kampaň je zpracována na roky 2014 – 2016. Po prezentaci oba pánové odpovídali na dotazy členů komise. Na dotaz pana Dvořáka, jestli je možné do kampaně zapojit i podnikatelské subjekty (hotely, restaurace), proběhla diskuse. Komise se shodla, že není možné prezentovat vybrané podnikatelské subjekty, ale je možné, aby se prezentovaly prostřednictvím příslušných profesních organizací, např. prostřednictvím asociací, svazů apod. Kampaň byla hodnocena přítomnými členy komise jako velmi zdařilá. Pan Suri ocenil, že se propagace města znatelně posunula od tištěných materiálů k online prezentaci. Nicméně se všichni shodli na tom, že i tištěné propagační materiály, zejména mapy, mají v cestovním ruchu stále své místo. Dr. Dolanská doplnila, že PIS-PCT má již i několik mobilních aplikací s informacemi o Praze, které jsou dostupné na jejích webových stránkách.

3) Analýza příjezdového turismu PIS – PCT

V dalším průběhu jednání PhDr. Dolanská informovala komisi o výsledcích šetření, které bylo provedeno na území hl. m. Prahy v prosinci 2014 – lednu 2015 mezi návštěvníky města. Cílem šetření bylo zjistit důvody jejich pobytu v Praze, motiv, strukturu výdajů a použitých služeb, změřit jejich spokojenost se službami, zjistit, co je nejvíc zaujalo, důvody, proč by se do Prahy chtěli vrátit a jaká další místa se chystají navštívit a analyzovat vývoj výsledků v čase. Šetření proběhlo formou osobního dotazování za pomoci tabletů. Průběžná zpráva „Příjezdový cestovní ruch v Praze“ byla všem členům Komise zaslána předem.

Dr. Dolanská zmínila nejdůležitější data, např., že z celkového počtu dotazovaných turistů:

- 63% navštívilo pouze Prahu – těmto lidem je třeba se maximálně věnovat
- 68% jsou „prvónávštěvníci“
- 87% jsou individuální turisté
- 47% přijelo na doporučení známých nebo příbuzných (přetrvává jako silný motiv)
- 86% z těch, kteří shlédli nový komunikační styl „Pure Emotion“, ho považuje za vynikající, ale 1/3 z nich ho viděla na prospektech nebo na veletrzích (z toho vyplývá, že oba tyto komunikační kanály jsou i v dnešní době stále důležité)
- 55% návštěvníků vyžaduje kromě informací na internetu také tištěnou mapu
- 51% zahraničních turistů má stále zapnutý mobil, ostatní ho nepoužívají vzhledem k vysokým poplatkům (u Čechů se jedná o 81%)
- 51% se určitě chce do Prahy vrátit
- 81% uvažuje o tom, že se do Prahy vrátí
- mezi největší klady města patří především kvalitní MHD a bezpečnost
- mezi negativa patří špatná jazyková vybavenost jak občanů, tak poskytovatelů služeb, nevstřícnost personálu a špatný navigační systém
- jen 20% turistů využívá k získání informací o městě TIC

K výsledkům šetření proběhla diskuse. Pan Suri konstatoval, že z 63% zahraničních turistů, kteří přijíždějí pouze do Prahy, pochází většina z okolních evropských zemí a míní, že Praze chybí strategie spolupráce právě s okolními evropskými městy. Navrhl také zamyslet se nad možností pokrýt alespoň část centra města bezplatnou Wi-Fi. Ostatní členové poukázali na to, že tato věc se v minulosti již řešila. Zavedení bezplatné Wi-Fi by bylo dle pravidel EU považováno za nedovolenou podporu podnikání. Tento fakt byl i důvodem, proč se v minulosti nerealizoval projekt Praha bezdrátová. Komise nicméně pověřila Mgr. Cipra, aby tuto problematiku konzultoval s Odborem informatiky MHMP. Další diskuse se týkala chování obyvatel Prahy a personálu. Bylo by dobré realizovat osvětovou kampaň, vysvětlující důležitost příjezdového turismu pro město i pro jeho obyvatele. S tím souhlasil předseda pan Wolf, který ale osvětu považuje za dlouhodobou záležitost. Cestou by podle něho mohla být i užší spolupráce se školami.

4) Definování klíčových témat pro další rozvoj příjezdového turismu do Prahy

V dalším bodě jednání vyzval místopředseda členy Komise, aby se zamysleli nad dalšími tématy, která jsou důležitá pro příjezdový turismus a kterými by se Komise měla zabývat. Navrhl, aby diskuse k tomuto tématu byla stručnější a aby členové zaslali tajemnici Komise

náměty písemně. Vybraným tématům by se pak Komise podrobně věnovala při svých dalších jednáních.

Pan Suri ocenil dosavadní práci PCT, zejména vytvoření strategie rozvoje příjezdového turismu do roku 2018, ale zdůraznil, že je třeba začít okamžitě pracovat na dlouhodobé strategii, která by vytýčila hlavní cíle a směry. Dle jeho názoru není nutné zaměřovat se dále na zvyšování počtu turistů s ohledem na kapacitu města a především jeho centra. Jedním z možných směrů je podpora MICE. Praha bude mít dobrou příležitost se v tomto turistickém segmentu zviditelnit a propagovat při konání kongresu ICCA v r. 2017, který se bude konat v Praze a kterého se zúčastní kolem 1300 nejvýznamnějších organizátorů MICE akcí. Předpokladem pro rozvoj MICE je ale třeba přizpůsobit kongresové a výstavní prostory současným požadavkům, a to zejména v objektech KCP, Výstaviště Praha Holešovice a Výstaviště PVA Expo Letňany. Mimo strategické podpory MICE by Praha měla vytvořit také strategii zvyšování úrovně poskytovaných služeb.

Předseda pan Wolf navázal na diskusi názorem, že by bylo dobré motivovat zahraniční turisty k návštěvě Prahy zejména v obdobích mimo hlavní turistickou sezónu, a to např. výběrem přibližně 5-7 významných událostí a jejich intenzivnější propagací do zahraničí. Mělo by se jednat o osvědčené projekty s předpokladem vysoké návštěvnosti, kterými jsou např. Febiofest, Pražské jaro, Prague International Marathon, Designblok nebo Signal.

Místopředseda konstatoval, že Praze chybí velké eventy, jakými byla např. rozsáhlá výstava Impresionismus ve vídeňské Albertině. K problematice zmíněných kongresových objektů doplnil, že řešení této otázky je jednou z priorit města. Co se týče MICE, souhlasil, že kongres ICCA 2017 by Praha měla ke své propagaci maximálně využít.

Pan Hodek navrhl více se zaměřit na propagaci Prahy pro turisty ze vzdálenějších trhů. Ti evropská si Prahu dříve či později jako místo pro možnou návštěvu najdou. V tomto směru je užitečná i podpora zahraničních filmových produkcí, např. díky natáčení čínských štábů v Praze se povědomí o hlavním městě v Číně značně zvýšilo. Důležitou roli hraje i dobré letecké spojení. Informoval, že v tomto směru plánuje např. setkání se zástupci American Airlines ohledně možného zavedení přímé letecké linky do Prahy. Dále se pan Hodek vyjádřil ke vztahu Pražanů k turistům, a to zejména v nejvytíženější části – Praze 1. Upozornil, že turismus nepřináší jen pozitiva, ale je třeba si uvědomit, že právě pro obyvatele centra má i negativní dopady, jako jsou přeplněné ulice, hluk, vysoké ceny v obchodech apod. Zatímco Praha je turisty vnímána jako bezpečné město, obyvatelé se vlivem vysoké koncentrace turismu na některých místech mohou cítit naopak ohroženi. Bylo by dobré, aby obě skupiny cítili, že ve městě platí nějaký řád, který musí všichni bez rozdílu dodržovat. Klíčem k dosažení tohoto cíle by mohla být i změna struktury nabídky služeb.

Místopředseda upřesnil, že podpora vzdálených trhů je nutná, ale nebylo by dobré tyto trhy, jako je např. čínský, přeceňovat na úkor jiných.

Dr. Jakl doplnila, že by bylo dobré snažit se rozšířit příjezdový cestovní ruch i mimo centrum a pokusit se vymyslet alternativní turistickou nabídku v těchto lokalitách. Dr. Dolanská odpověděla, že v marketingovém plánu PCT je zahrnuta i podpora jiných oblastí, ale centrem zájmu vždy zůstane centrum vzhledem ke svým atraktivitám. Doplnil ji i místopředseda tím, že Praha již delší dobu podporuje např. vydávání a distribuci map pro mladé lidi USE-IT, které obsahují poměrně širokou nabídku alternativních aktivit a které jsou mezi mladými lidmi stále oblíbenější.

Další náměty pro řešení představil pan Dvořák. Komise by se měla znovu zabývat problematikou situace na Václavském náměstí. Myslí, že právě Václavské náměstí by se mohlo stát centrem společenského života namísto jiných lokalit, vzhledem k tomu, že jsou zde téměř samé kanceláře a noční hluk nikoho neruší. Současný stav náměstí a nabídka služeb zde jsou však pro turismus stále velkým problémem. Komise by měla řešit i dostupnost pražského letiště. Vzhledem k tomu, že nové stanice metra situaci nijak nezlepšily, bylo by dobré zamyslet se nad zavedením speciálních autobusových linek. Problémem zůstává i kvalita nabídky průvodcovských služeb, a to zejména velmi liberální přístup k poskytování licencí. Pro větší podporu příjezdového turismu navrhl podporu MICE akcí formou poskytování záštity a účasti primátora HMP nebo formou úhrady první večeře, podporu „senior programu“ formou přizpůsobení např. MHD seniorům, intenzivnější spolupráci s židovskou obcí a využití jejích významných kontaktů na židovské komunity v zahraničí, připojil se k návrhu na větší podporu filmového průmyslu a také vymezení několika velkých akcí – jako příklad uvedl známý karneval v Benátkách. Problém vidí i v komplikacích při nástupu či výstupu do / z autobusů.

Předseda reagoval na návrhy pana Dvořáka. Uvedl, že byla vytvořena komise pro revitalizaci Václavského náměstí, která řeší zmíněnou problematiku. Do 1,5 roku se plánuje revitalizace spodní části náměstí. V komunikaci se židovskou obcí nevidí žádné problémy. Co se týče filmových pobídek, uznává, že jsou účinné, ale město na ně nemá dostatek finančních prostředků. Vybídl ty, co pracují v turistických službách, aby lobbovali za zvýšení těchto pobídek na patřičných místech.

Pan John si myslí, že Komise by se měla zaměřit na pomoc při vytvoření strategického rámce, jak by příjezdový turismus do Prahy měl fungovat. Konstatoval, že se již mnohé v tomto směru udělalo, vyzdvihl existenci strategie do roku 2018, ale zopakoval, že by se mělo urgentně začít pracovat na dlouhodobé strategii do roku 2025. K vytipování velkých eventů doplnil, že je třeba je vyhledávat systematicky a dlouho dopředu ve všech oblastech – MICE, kulturní, sportovní, musejí se konat v mimosezónním období, musejí být zajímavé a snadno propagovatelné. Opět uvedl jako dobrý příklad Festival světla Signal.

Místopředseda souhlasil a doplnil, že i pro podání kandidatury na pořádání kongresů je vyžadován dlouhodobý seznam akcí, konaných v příslušném městě. Diskusi zakončil opětovnou výzvou všem členům, aby tajemnici Komise zaslali písemně náměty pro jednání.

5) Návrh zásad a optimalizace kritérií pro přidělování grantů v oblasti kongresového turismu pro rok 2016

Dr. Hudcová uvedla, že na podzim 2015 je plánováno vyhlášení grantů v oblasti kongresového turismu. Je třeba se domluvit na podmínkách pro jejich udělení. Místopředseda upřesnil, že je třeba stanovit optimální minimální počet účastníků kongresu. Toto kritérium však plně nereflektuje přínosnost akce. Bylo by dobré zohlednit i finanční zázemí jednotlivých kongresů, protože každý z nich bývá dotován na jiné úrovni. I k tomuto bodu vyzval členy, aby zaslali své návrhy tajemnici Komise písemně.

6) Různé

Dalším bodem jednání byla diskuse ohledně termínů jednání Komise. Předseda navrhl, aby se Komise sešla v červnu a, z důvodu pracovní vytíženosti během dalších měsíců, pak až po prázdninách. Termíny jednání budou členům Komise sděleny písemně. Místopředseda doplnil, že na dalších jednáních se vyberou priority a stanoví se plán činnosti. Pan Suri navrhl využít ke stanovení strategie služeb profesionálního moderátora v rámci brainstormingu. Předseda na to reagoval, že o tomto návrhu bude jednáno na dalším zasedání Komise.

7) Závěr jednání a rekapitulace úkolů

Předseda a místopředseda poděkovali všem přítomným členům a hostům a jednání komise ukončili.

Rekapitulace úkolů:

- členové zašlou náměty pro jednání Komise písemně tajemnici T: 12.6.2015
- členové zašlou návrhy kritérií pro poskytnutí grantů v oblasti kongresového turismu tajemnici Komise T: 12.6.2015
- Mgr. Cipro projedná s Odborem informatiky MHMP možnost zavedení bezplatné WiFi na vybraných místech centra města T: průběžně

Termín dalšího jednání Komise Rady HMP pro rozvoj cestovního ruchu byl stanoven na **24. červen 2015 od 14.00 hod.** Místo konání bude upřesněno.

Zapsala: Iveta Jechová

Schválil: Jan Wolf