

**Zápis z 1. řádného zasedání Komise Rady hlavního města Praha pro rozvoj cestovního
ruchu
konaného dne 13.2.2013 v Rezidenci primátora hl.m.Praha ve 14.00 hod**

Přítomni: členové - Ing. Václav Novotný – předseda, Mgr. František Cipro – místopředseda, Mgr. Jan Kalousek, Ing. Pavel Dvořák, Mgr. Stanislav Zeman, JUDr. Vladimír Dolejš, Sanjiv Suri, ing. Aleš Michl, PhDr. Pavel Maurer, Ing. Martina Jakl, PhDr. Jaroslava Nováková

tajemnice – PhDr. Jana Hudcová (za Iveta Jechová)

Hosté: PhDr. Nora Dolanská

Omluveni: Taťána le Moigne, Ing. Otakar John- členové Komise

1. Zahájení zasedání

- Předseda uvítal členy Komise a vyzval je, aby se vzájemně představili

2. Úvodní slovo

- Předseda Komise stručně zhodnotil postavení HMP v oblasti cestovního ruchu- příjezdového turismu. Všichni členové Komise měli k dispozici Analýzu cestovního ruchu v Praze, zpracovanou firmou KPMG v prosinci 2012. Předseda ve svém úvodu zejména zdůraznil systémové řešení finanční podpory příjezdového turismu tak jak je zakotveno v usnesení RHMP č. ze dne a které zaručuje návratnost 50% z poplatků z ubytování zpět do rozpočtu na CR. Tyto prostředky již nebudou nadále rozdělovány nesystémově v programu Partnerství, ale jsou k dispozici k realizaci efektivní podpory ze strany města. Druhým stěžejním bodem nastolovaného systému jsou změny v Pražské informační službě, která se stane nástrojem k realizaci přijatých opatření navržených Komisí a pojmenoval úkoly odboru, který bude řešit problémy spojené s rozvojem CR v Praze v rovině zásadních mezioborových úkolů a potřeb. Zmínil se i o složení Komise, které bylo voleno tak, aby v ní byly zastoupeni všichni významní hráči v oboru a firmy, bez nichž by další rozvoj nebyl možný – letiště, Google.
- Základem pro diskusi se stala analýza KPMG, která ovšem postihuje současný stav, a úkolem Komise by mělo být vytýčit potřeby a směry dalšího rozvoje.

3. Diskuze

Jako první reagoval pan Kalousek otázkami na zastoupení Czechtourism v Komisi, vytvoření corporate identity ,na reakci na připravovaný zákon o cestovním ruchu a spolupráci se soukromým sektorem.

Předseda Komise reagoval sdělením, že zastoupení Czechtourism v Komisi není relevantní, protože se jedná o pražskou strategii, což samozřejmě nevyklučuje spolupráci, otázka corporate identity je přesně tím co by měla Komise navrhnout, zákon o cestovním ruchu již do konce volebního období nebude zřejmě schválen a jedná se hlavně o finanční podporu regionů v řádech milionů. Spolupráce se soukromým sektorem probíhá, jeho vyšší finanční zapojení lze předpokládat až po prokázání důvěryhodnosti nového systému využívání finančních prostředků v CR. Ústřední otázkou celé diskuze se pak stala otázka formulace toho,co zástupci jednotlivých oborů od činnosti Komise očekávají – pan Dolejš -systém organizace a

společného marketingu, zvýšení počtu turistů, kteří více utrácejí, navýšení dnů jejich pobytu. Pan Michl především stanovení základní linie – co vlastně očekáváme, zda více turistů nebo to co si potenciální turisté o Praze myslí. Pan Dvořák jednotný web s možností vstupu všech soukromých subjektů, případně vybudování dalších atraktivit či podporu opakovaných velkých akcí. Pan Zeman systém vedoucí k jednotné prezentaci Prahy a hledání dalších forem financování (např. navýšením poplatků za ubytování), s tím, že realizaci podnětů bude zajišťovat PIS. Paní Jakl – zaměřit se především na to kam se chceme posunout. Pan Maurer- nezdržovat se technickými otázkami, ale zaměřit se na konkrétní komunikační strategii. Pan Suri- vytyčit cílové skupiny a trhy, dbát na to, aby fungoval virální marketing a využít Prahu taková jaká je s využitím soft skills. V diskuzi předseda odpověděl na řadu otázek, s upozorněním na to, co řešitelné je a není. Poplatek z ubytování je dán zákonem, stejně jako prodloužení pobytu turistů je ve světle evropských zkušeností nereálné, Nemá smysl hledat co v Praze není, ale využít toho co zde je. Musíme najít motivace pro ty, kteří mohou navštívit město v mimosezóně, musíme zacílit na evropský trh, kde se pohybuje v obrovské konkurenci a pracovat s tím co máme k dispozici. Lze konstatovat, že máme určité a ne nejmenší finanční prostředky, máme vůli je systematicky využít pro rozvoj příjezdového turismu, máme organizaci, která je dnes schopná realizace komplexního marketingu. Tedy to, co musíme a vlastně je úkolem této Komise je stanovit si konkrétní cíle, kterých chceme dosáhnout.

4. Návrh k příštímu jednání

- Předseda navrhl, aby si členové Komise si na příští jednání připravili svá stanoviska k následujícím tématům tak, aby bylo možné zformulovat vizi
 - A) Co je Praha?
 - B) Identifikace Prahy pro první návštěvu
 - C) Identifikace Prahy pro opakovanou návštěvu
 - D) Hlavní zdrojové trhy
 - E) Hlavní segmenty v rámci jednotlivých zdrojových trhů
 - F) Preferované komunikační nástroje
- Pražská informační služba připraví jako podkladový materiál informační přehled o komunikačních strategiích okolních konkurenčních měst – Budapešť, Vídeň, Berlín, Mnichov.

Komise se dohodla na zasedání každou druhou středu v měsíci.

Zapsala: Jana Hudcová

Schválil: Ing. Václav Novotný