



---

Destinační management Prahy:

# Zájmy Prahy na prvním místě

---

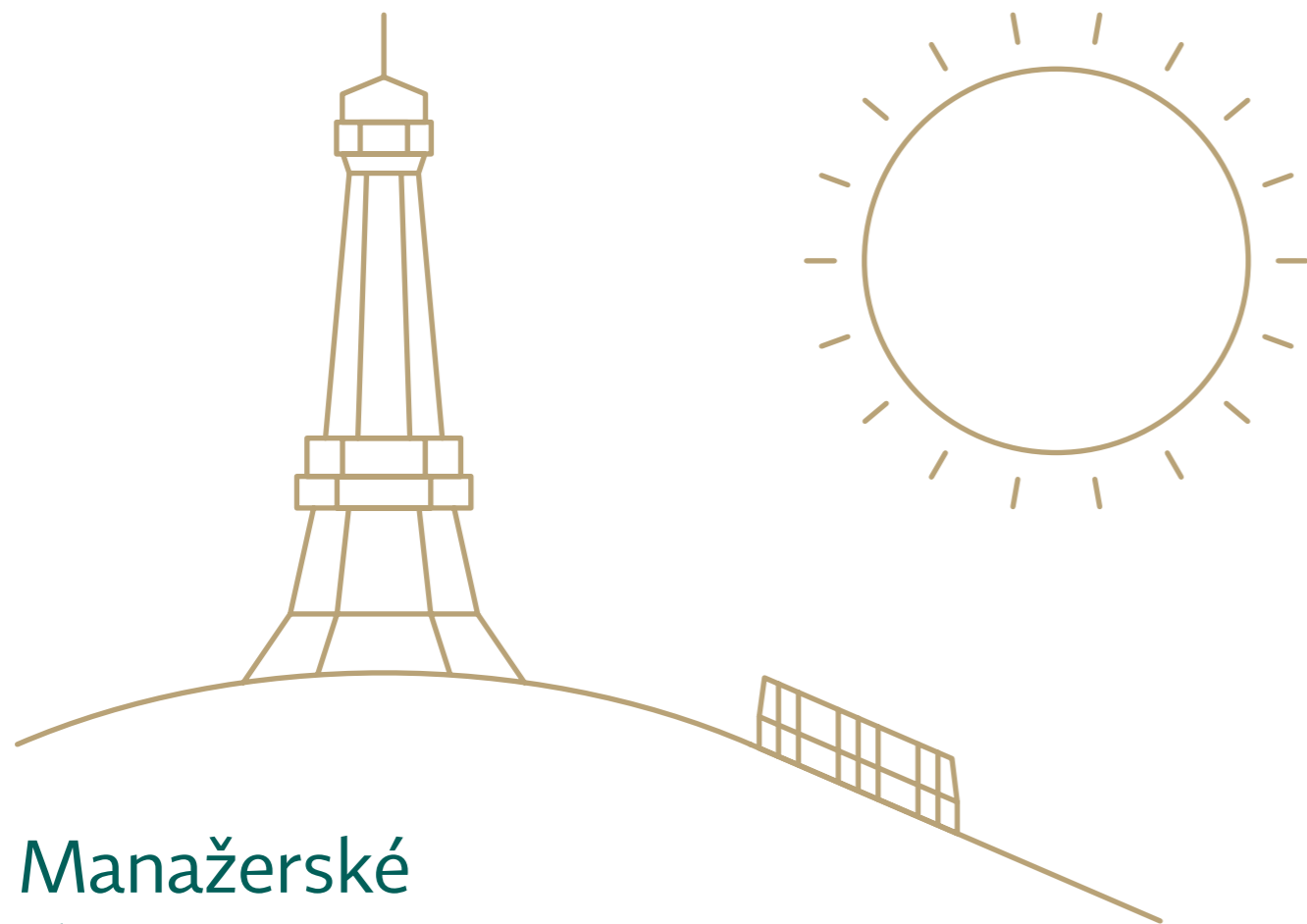
Koncepce příjezdového cestovního  
ruchu hlavního města Prahy



## Obsah

- 4** Manažerské shrnutí
- 5** Postup zpracování a struktura Koncepce příjezdového cestovního ruchu hlavního města Prahy
- 7** Aktuální stav
- 19** Hlavní problémy
- 23** Potřeby města
- 27** Strategický rámec
- 31** Trendy a doporučení
- 35** Vize a cíle
- 38** Opatření a aktivity





## Manažerské shrnutí

Cestovní ruch přináší mnoho přínosů pro veřejné rozpočty České republiky. Ve stávajícím nastavení rozpočtového určení daní se však drtivá většina pozitivních finančních efektů projevuje především na úrovni státu. Praze stát dostatečně nekompenzuje náklady, které nutně v souvislosti s cestovním ruchem vznikají, navíc stejně jako další evropská města i Praha čelí globálnímu rostoucímu trendu masového turismu. Ten na jedné straně přináší městu a jeho rezidentům zisky a zaměstnanost, na druhé snižuje kvalitu života obyvatel a jejich bezpečnost, ohrožuje výjimečnou světovou hodnotu a genius loci Pražské památkové rezervace a v důsledku masový turismus snižuje i hodnotu značky města Praha.

Tato situace vyžaduje nový, komplexní přístup k problematice cestovního ruchu, který je více než na marketing soustředěn na péči o destinaci, tedy na management.

Smyslem předkládané Koncepce příjezdového cestovního ruchu hlavního města Prahy (dále jen Koncepce) je vybalancovat ekonomické přínosy turismu se strategickým zájmem města, kterým je udržitelnost a zvyšování kvality života obyvatel, zajištění jejich bezpečnosti a také ochrana a rozvoj kultury a historického dědictví. To znamená maximalizovat pozitivita cestovního ruchu a minimalizovat negativa s ním spojená.

Tento úkol však není splnitelný pouze silami Prague City Tourism. Vyžaduje formalizované zapojení všech relevantních aktérů, jako jsou Magistrát hlavního města Prahy, městských částí, klíčových organizací a institucí na úrovni města i státu, místních obyvatel, podnikatelského a neziskového sektoru. Vyžaduje dále provázat všechna odpovídající strategická a regulační opatření a kombinovat všechny nástroje, které má město k dispozici. Koncepce v této souvislosti využívá doporučení mezinárodních institucí, zejména Světové organizace cestovního ruchu (UNWTO), Organizace OSN pro vzdělání, vědu a kulturu (UNESCO) či World Travel & Tourism Council (WTTC).

## Postup zpracování a struktura Koncepce

**Koncepce byla vytvořena organizací hlavního města Prahy pro rozvoj domácího i příjezdového cestovního ruchu Prague City Tourism ve spolupráci s Institutem plánování a rozvoje hlavního města Prahy (IPR Praha).**

Tvorbě Koncepce předcházelo studium strategických a analytických dokumentů městských, státních i mezinárodních a výběr a interpretace statistických dat v cestovním ruchu. Důsledky těchto trendů a s nimi související okruhy hlavních problémů, potřeb města a možností jejich řešení byly diskutovány s představiteli hlavního města Prahy, specificky s primátorem, radní pro oblast kultury a cestovního ruchu, předsedou výboru pro kulturu, výstavnictví, cestovní ruch a zahraniční vztahy, radním městské části Praha 1 pro cestovní ruch, podporu podnikání, obchod a služby, tržní řád, strategie ekonomické činnosti a využití nebytových prostor, experty Institutu plánování a rozvoje pro cestovní ruch a představiteli Prague Convention Bureau.

V květnu 2020 proběhl participační proces k návrhu Koncepce na úrovni všech relevantních aktérů na poli cestovního ruchu, včetně širší odborné veřejnosti.

Návrhová část Koncepce vychází z vizí a priorit Strategického plánu hl. m. Prahy, z Koncepce kulturní politiky hl. m. Prahy 2017–2021, z Management plánu ochrany světového kulturního dědictví historického centra Prahy a Strategie ekonomické zahraniční

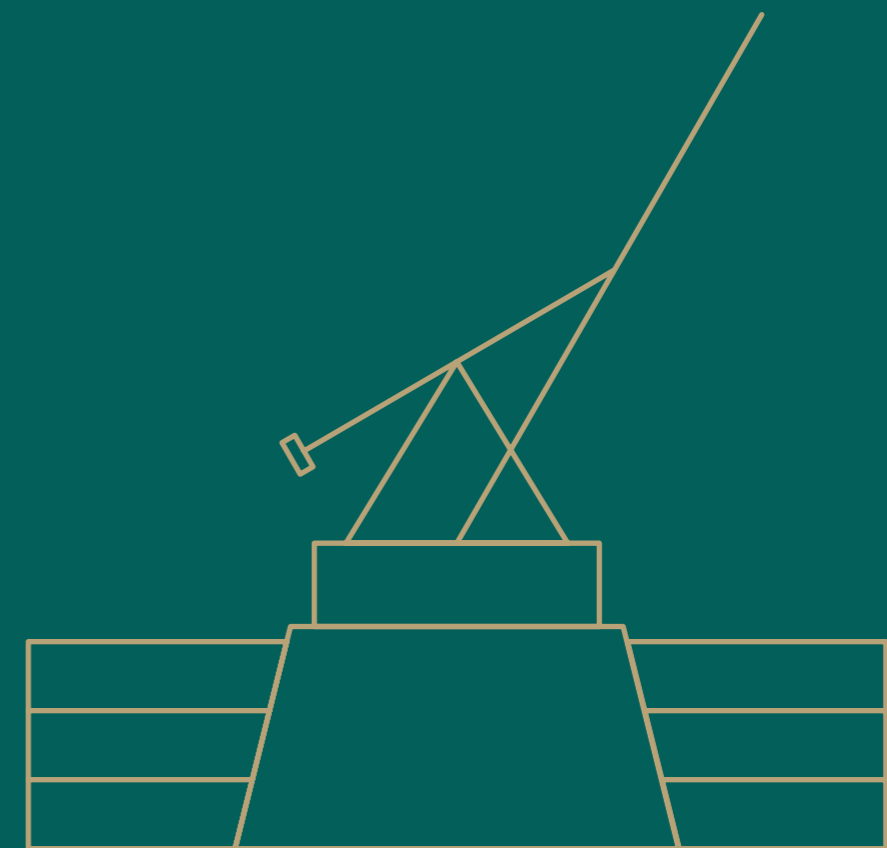
politiky hl. m. Prahy. Váže se na Strategii rozvoje cestovního ruchu ČR 2021–2030 a Strategický rámec České republiky a zohledňuje doporučení Světové organizace cestovního ruchu (UNWTO) a Organizace OSN pro vzdělání, vědu a kulturu (UNESCO).

Cíle Koncepce jsou vzájemně provázané a všechny směřují k naplňování vize udržitelného cestovního ruchu jako nedílné součásti kvalitního rozvoje města s důrazem na kulturní dědictví a kvalitu života Pražanů.

Strategie bude naplňována prostřednictvím akčního plánu, který bude každoročně vypracován společností Prague City Tourism.



# Aktuální stav



**Tabulka 1:**  
**Mezinárodní příjezdy turistů ve vybraných letech**

	Mezinárodní příjezdy turistů (mil.)						Podíl na světovém trhu (%)	Změna (%)		Průměrný roční nárůst (%)
	1995	2000	2005	2010	2015	2019	2019	17/18	18/19	2009-2019
Svět	531	680	809	952	1195	1461	100	5,6	3,8	5,2
Evropa	308	393	453	487	607	742	51	5,8	3,6	4,6
Česko		4,7	6,3	6,3	8,7	10,9	0,7	4,4	2,6	6,1
Praha		2,3	3,7	4,1	5,7	6,6	0,5	1,6	1,7	6,0

Zdroj: IPR Praha / zdroj dat: UNWTO 2020, ČSÚ 2020

Poznámka: data před rokem 2000 nejsou zobrazena z důvodu množství statisticky významných změn ve sběru dat

### Cestovní ruch globálně roste, Praha roste rychleji.

Praha patří mezi nejrozvinutější a nejnavštěvovanější městské turistické destinace v Evropě i ve světě<sup>1</sup>. V roce 2018 byla na sedmém ze 126 evropských měst v počtu přenocování návštěvníků. V počtu příjezdů Praha zaujala ve stejném roce dokonce 6. místo v Evropě a 20. v rámci celého světa<sup>2</sup>. V hlasování samotných cestovatelů skončila na 7. místě podle platformy TripAdvisor<sup>3</sup>. Mezinárodní příjezdy rostly v průměru v posledních deseti letech o 6 %, což je více než evropský i celosvětový průměr. V letech 2018 a 2019 však tempo růstu mezinárodních příjezdů do Prahy významně zpomalilo (viz Tabulka 1).

### V Praze turisté utrácí méně než v jiných městech Evropy.

Celkové příjmy z příjezdového cestovního ruchu České republiky v roce 2016 činily 5,7 mld. €, ovšem podíl příjmů na počet příjezdů je pod průměrem EU. Praha je významně závislá na zahraniční poptávce – zahraniční turisté zde v roce 2016 utratili 5,9 mld. €<sup>5</sup> což je 88 % z celkové útraty turistů (viz Graf 1).

Za rok 2019 do Prahy přijelo více než 8 mil. turistů a strávili zde téměř 18,5 mil. nocí. Průměrný počet přenocování je však pouze 2,29 nocí. Zatímco počet návštěvníků Prahy dlouhodobě narůstá, průměrná doba jejich pobytu se zkracuje (viz Graf 2): v roce 1996 byla průměrná doba pobytu v hromadných ubytovacích zařízeních 3,7 dne, do roku 2019 se tak zkrátila o více než 1,4 dne. Praha však není výjimkou a zcela běžným světovým trendem posledních let je zkracování pobytu na úkor pobytů ve více destinacích nejen v městském turismu. Reálně necestuje jen o mnoho více osob, ale cestují na více míst a častěji (několikrát v roce).

<sup>1</sup> Viz International Tourism Highlights UNWTO 2019 <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421152>

<sup>2</sup> Euromonitor International (2018). Top 100 Cities Destination Ranking. <https://go.euromonitor.com/white-paper-travel-2018-100-cities> (28. 2. 2020).

<sup>3</sup> TripAdvisor (2019). 25 nejlepších destinací – Svět. 2018 Traveller's Choice. <https://www.tripadvisor.cz/TravelersChoice-Destinations> (21. 2. 2020).

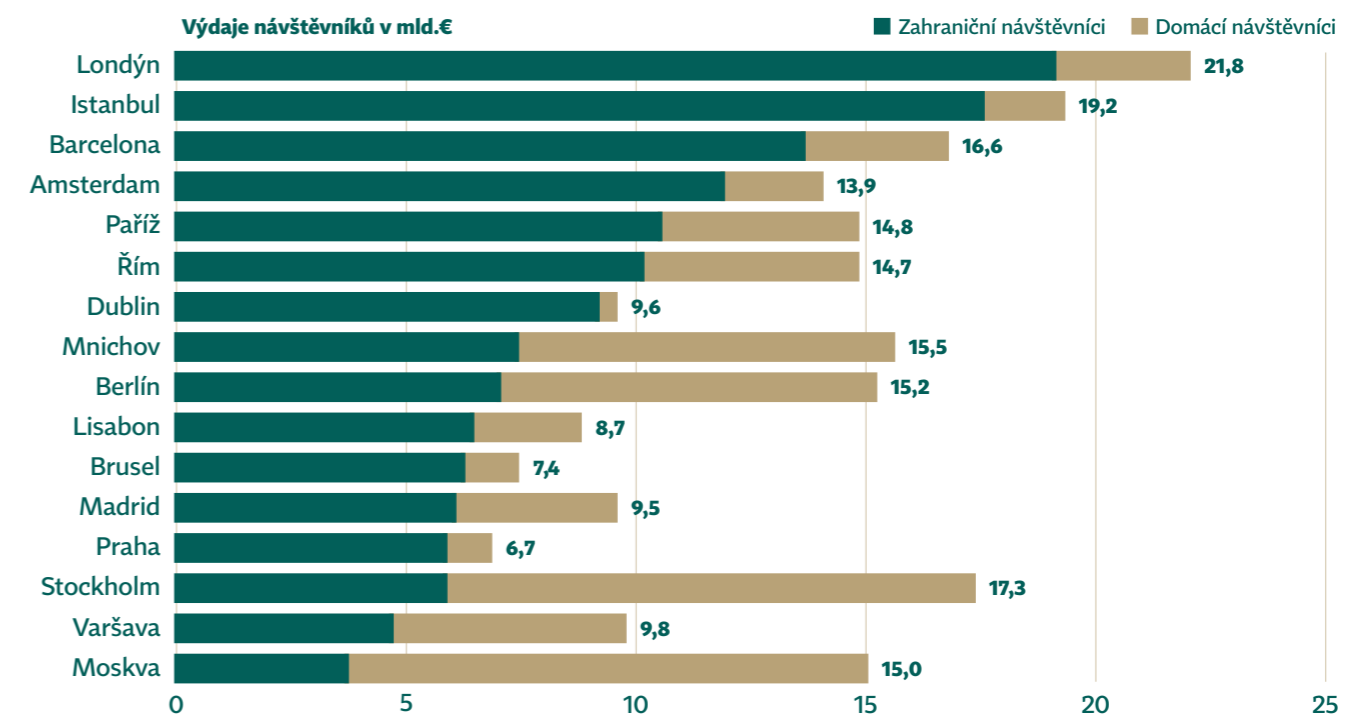
<sup>4</sup> Zdroj: UNWTO 2018, ČNB – ARAD 2018, ČSÚ 2018.

<sup>5</sup> Zdroj: WTTC (2017). Travel & Tourism: City Travel & Tourism Impact 2017: Europe.

<sup>6</sup> ČSÚ 2020.

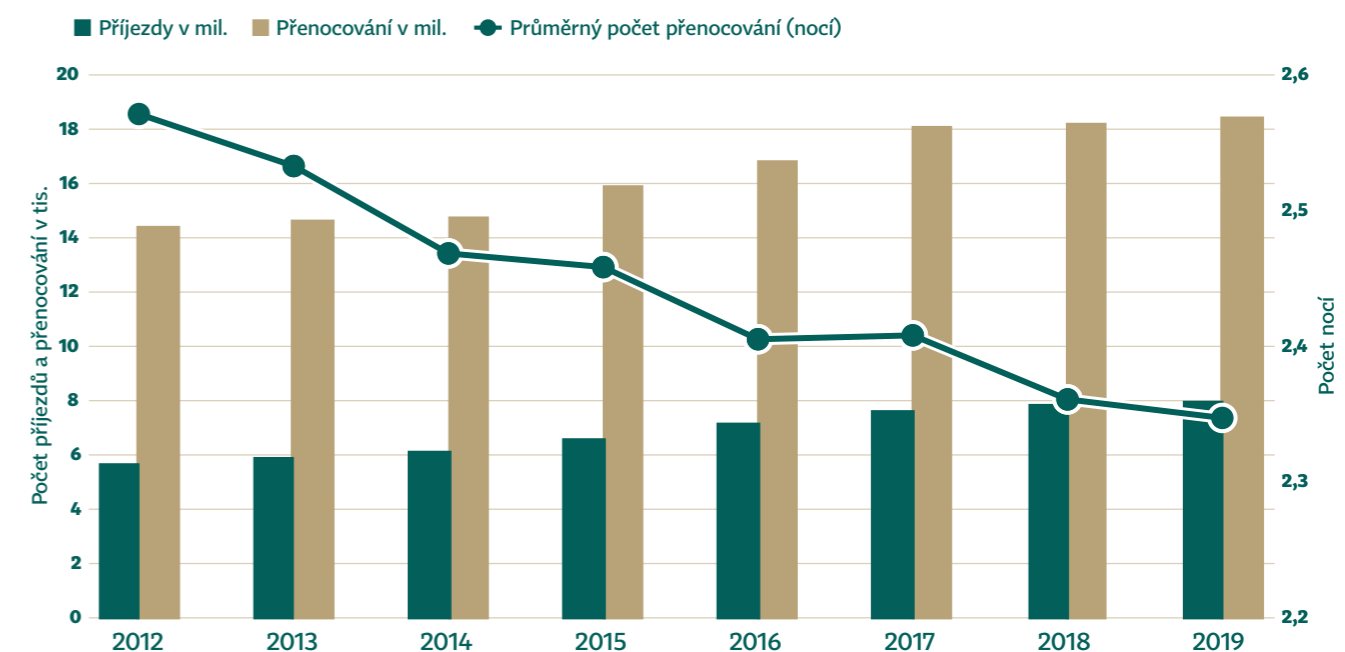
**Graf 1:**  
**Výdaje návštěvníků ve vybraných městech Evropy v roce 2016 v mld. €**

Zdroj: IPR Praha / Zdroj dat: WTTC 2017.



**Graf 2:**  
**Vývoj návštěvnosti turistů v hromadných ubytovacích zařízeních Prahy v letech 2012–2018**

Zdroj: IPR Praha / Zdroj dat: ČSÚ 2020.



## Pozitivní ekonomické dopady cestovního ruchu.

Praha generuje více než 60 % HDP vyprodukovaném v cestovním ruchu Česka. To představuje nejvyšší podíl ze sledovaných evropských měst a ukazuje na silně dominantní postavení cestovního ruchu Prahy v rámci státu. V Praze přispívá cestovní ruch 5 % k HDP města. Rovněž s 8 % podílem cestovního ruchu na celkové

zaměstnanosti je Praha na špičce evropského žebříčku – druhá za Amsterdamem (viz Tabulka 2). Zaměstnanost roste pomaleji než růst HDP v cestovním ruchu Prahy, do roku 2026 WTTC očekává nárůst jen o 0,9 % (větší než např. v Barceloně, ale menší než v jiných městech).

7 WTTC 2017.

**Tabulka 2:**  
**Makroekonomické ukazatele cestovního ruchu ve vybraných městech Evropy v roce 2016**

	Zaměstnanost v cestovním ruchu (tis.)	Podíl na zaměstnanosti města [%]	Růst zaměstnanosti 2006–2016 [%]	Podíl na HDP města [%]	Podíl na HDP státu produkovaném v cestovním ruchu [%]	Růst HDP v cestovním ruchu města 2006–2016 [%]
Praha	99,4	8,4	7,9	5,0	60,3	35,0
Dublin	22,4	2,6	22,4	1,9	59,1	81,3
Brusel	52,8	4,1	1,0	3,7	52,6	36,1
Varšava	98,8	5,7	47,2	4,9	44,1	100,0
Stockholm	60,1	4,1	36,9	2,7	38,1	76,0
Lisabon	101,0	7,0	26,6	5,3	31,8	52,0
Amsterdam	88,5	9,8	13,5	4,1	31,7	24,2
Istanbul	114,4	2,1	2,4	4,6	31,6	75,4
Paříž	230,1	3,4	-0,5	3,2	27,9	12,5
Moskva	157,9	6,5	19,9	1,5	26,4	27,6
Londýn	227,9	2,5	-0,1	1,9	18,6	9,5
Barcelona	104,1	4,9	-5,3	5,3	12,4	20,3
Madrid	85,4	2,7	-0,5	2,8	10,6	25,0
Řím	119,1	6,0	34,3	4,9	10,1	30,0
Mnichov	106,6	1,5	37,2	4,4	7,6	23,5
Berlín	154,5	6,5	42,0	4,0	4,9	62,2

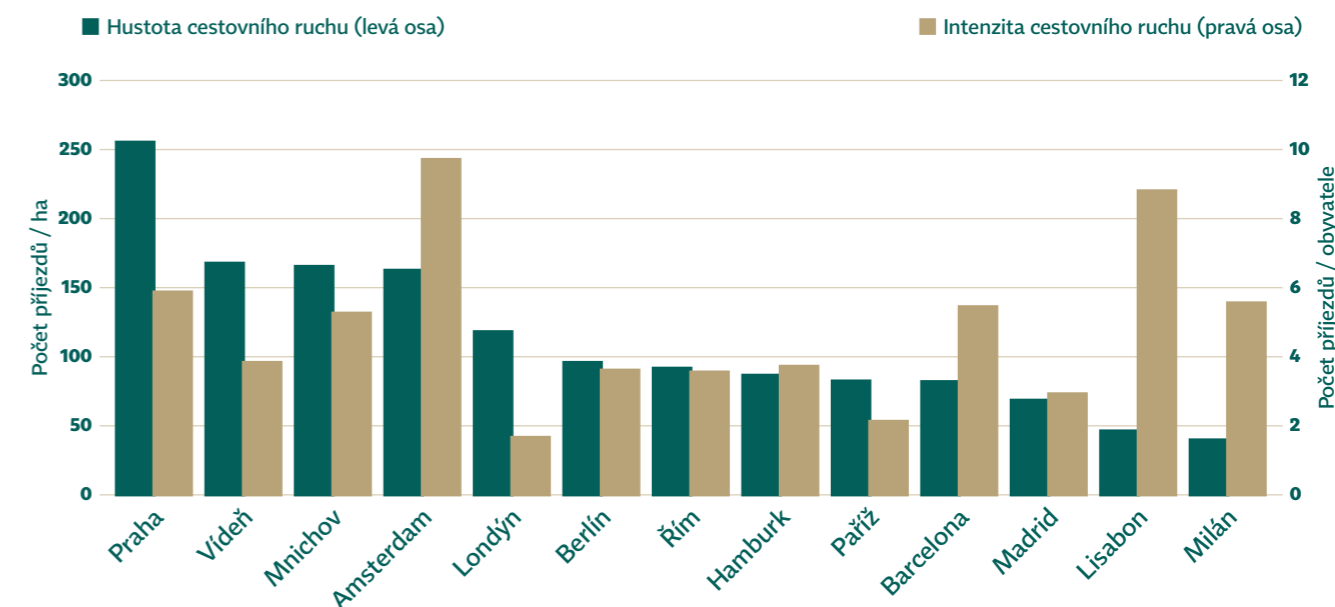
Zdroj: IPR Praha / Zdroj dat: WTTC 2017.

## Zatížení Prahy cestovním ruchem je vysoké.

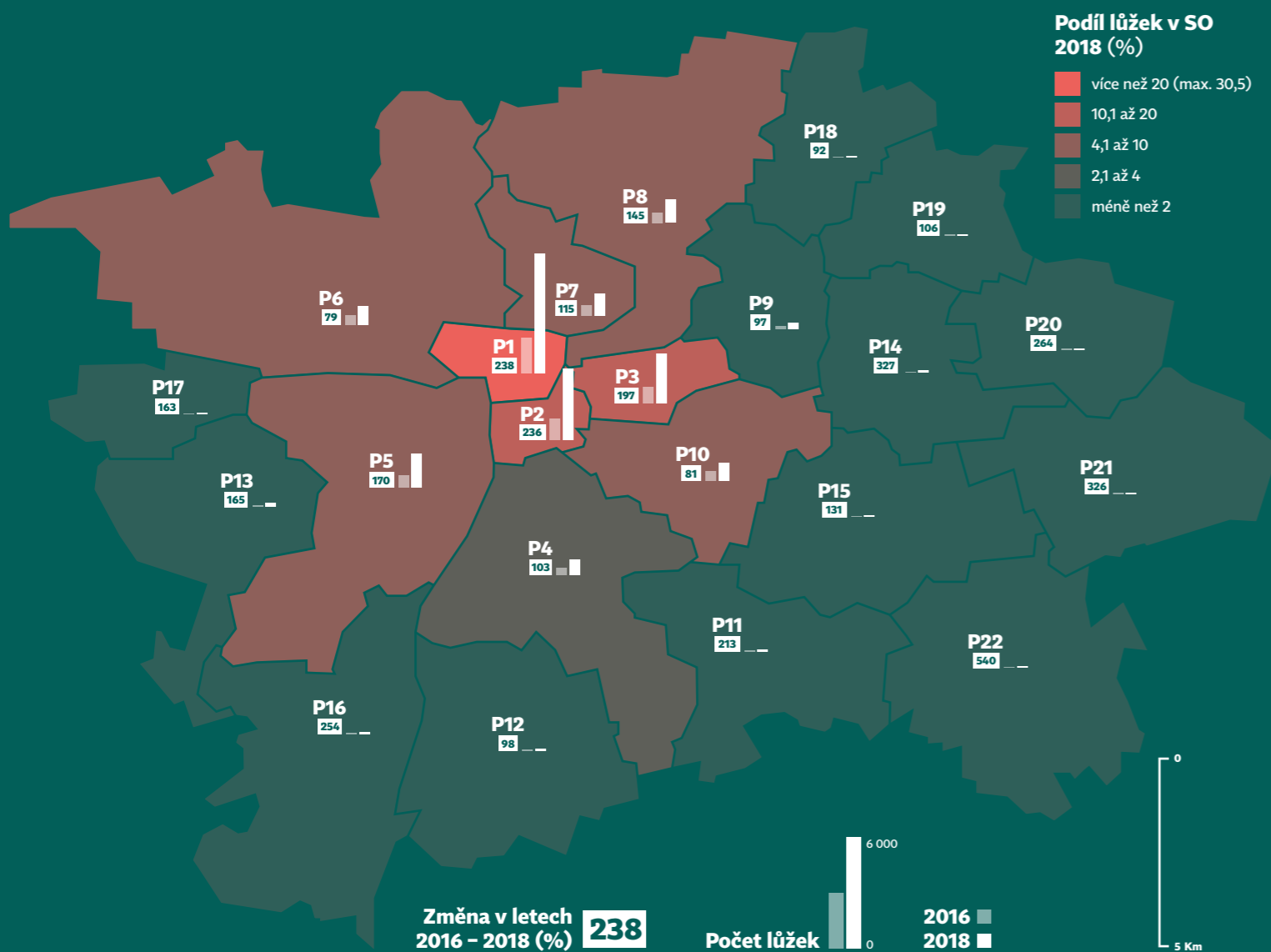
Z hlediska hustoty cestovního ruchu Praha zásadně převyšuje jiná evropská města s 257 příjezdy na hektar (viz Graf 3). V Praze se zároveň cestovní ruch koncentruje na výrazně menší ploše, než je tomu např. ve Vídni, Londýně, Berlíně či Římě a její zatížení cestovním ruchem je tak ve skutečnosti mnohem vyšší.

**Graf 3:**  
**Ukazatele zatížení destinace cestovním ruchem ve vybraných městech Evropy v roce 2017**

Zdroj: IPR Praha / Zdroj dat: TourMIS 2019, Demografia 2018, Observatori del Turisme a Barcelona 2019, Amt für Statistik Berlin Brandenburg 2019, Istat 2019.



**Obrázek 1:**  
**Koncentrace lůžek Airbnb podle správních obvodů Prahy v roce 2018 a jejich změna v letech 2016 a 2018**



Zdroj: IPR Praha / Zdroj dat: Inside Airbnb (2019). Get the data: Prague. <http://insideairbnb.com/get-the-data.html> (26. 2. 2020). / Tom Slee (2017). Airbnb Data Collection. <http://tomslee.net/category/airbnb-data> (31. 12. 2017).

V centru města jsou dlouhodobě transformovány bytové domy na ubytovací kapacity. Takto bylo mezi lety 1990 a 2016 přeměněno na hotely 180 domů<sup>8</sup>. Od roku 2012 je zaznamenáván také enormní nárůst placeného ubytování v soukromí, které využívá rezidenční byty pro komerční aktivity. Největším zprostředkovatelem

nabídky těchto bytů na je online platforma Airbnb. V roce 2012 nabízela na území Prahy 600 jednotek<sup>9</sup>, v roce 2016 více než 5,5 tisíce jednotek, v roce 2017 více než 12 tisíc jednotek<sup>10</sup> a v roce 2019 zhruba 14 tisíc jednotek<sup>11</sup>.

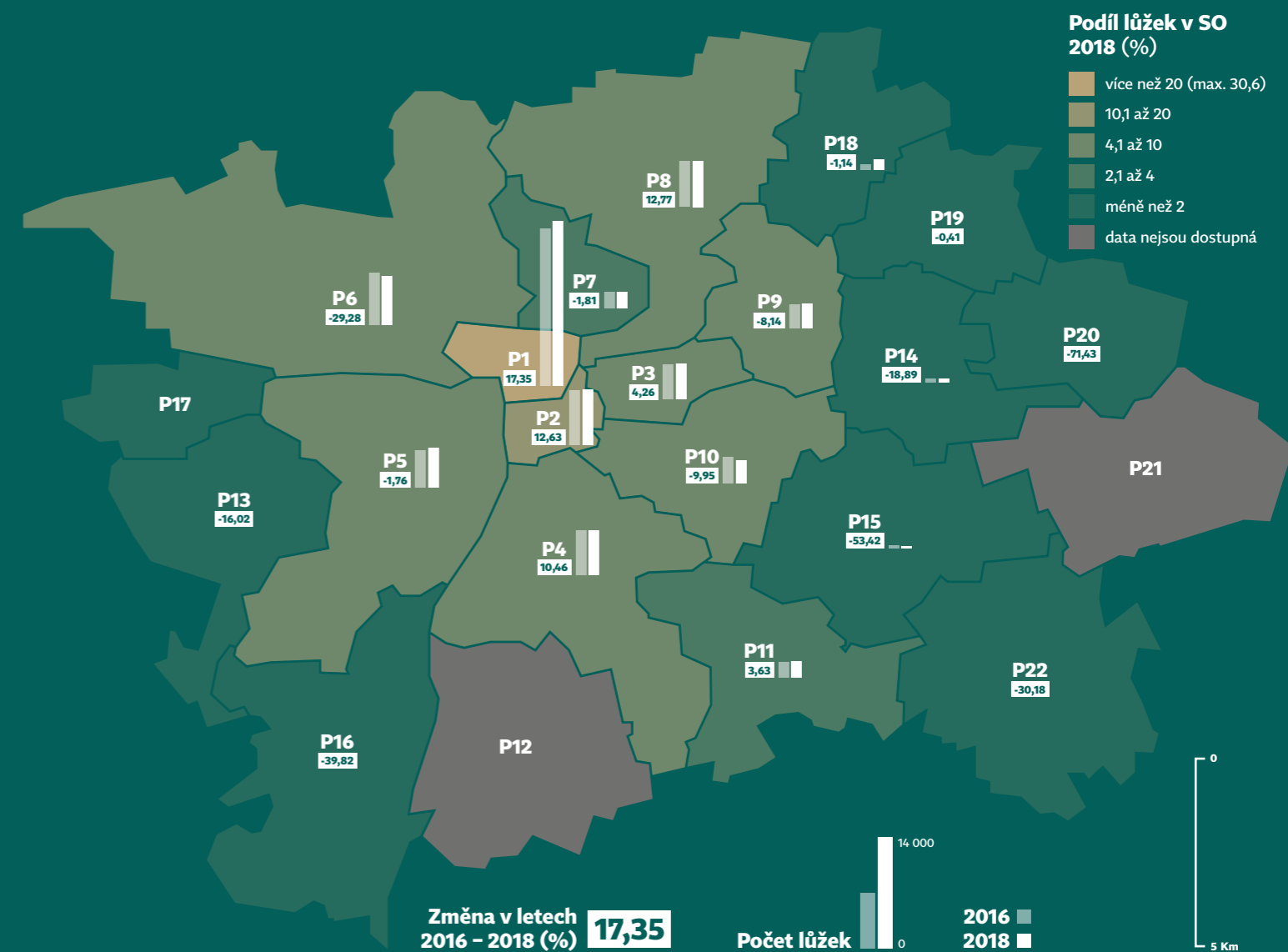
8 Kadár (2019). Hotel development through centralized to liberalized planning procedures. In Shoval, N (ed): Tourism and Urban Planning in European Cities, s. 91-110.

9 Krajčík, V., Veber, J., Bejček, M., Ključnikov a kol.: (2017) Ekonomická analýza ubytovacích služeb včetně segmentu tzv. sdílené ekonomiky. Praha: VŠPP 2017. V rámci TA ČR – program BETA.

10 Tom Slee, 2017.

11 Inside Airbnb 2020.

**Obrázek 2:**  
**Koncentrace lůžek v hromadných ubytovacích zařízeních podle správních obvodů Prahy a jejich změna v letech 2016 až 2018**



Zdroj: IPR Praha / Zdroj dat: ČSÚ 2020.

Všechny ubytovací jednotky a zařízení se koncentrují zejména do Pražské památkové rezervace a tato koncentrace se v čase umocňuje, v centru města tak

přispívají mj. i k odlivu místních obyvatel, prohlubování turistifikace<sup>12</sup>, zvyšování cen nájmu a nemovitostí nebo celkovému přetížení (viz Obrázek 1 a Obrázek 2).

12 Turistifikace je postupná změna využití území, kdy dochází k vytlačování funkcí denní potřeby pro rezidenty a jejich nahrazování funkcemi a službami cílenými výhradně na turisty.

## Praha má skutečné příjmy v cestovním ruchu jen z poplatků z pobytu a městského majetku.

Praha má velmi nízkou daňovou autonomii. Jedinou daní, jejíž výnosy zůstávají přímo na území dané obce, je v České republice daň z nemovitosti, která nemá napojení na výnosy z cestovního ruchu.

Daňové příjmy figurující v rozpočtu hlavního města Prahy určuje zákon o Rozpočtovém určení daní (č. 243/2000 Sb.). Ten definuje vybírání a přerozdělování sdílených daňových příjmů (DPH a daně z příjmu) obcím a krajům v rámci České republiky.

Daňové výnosy pocházející z Prahy jsou vyšší než zpětná redistribuce do hlavního města. Nárůst daňových příjmů na území hlavního města tak znamená nárůst daňových transferů ze státního rozpočtu do všech obcí České republiky.

V rámci cestovního ruchu hlavnímu městu Praha zůstává ze 100 % pouze příjem z místního poplatku

z pobytu. Ten podle novely zákona může být vybírán až do výše 21 Kč v roce 2020 a 50 Kč od roku 2021<sup>13</sup>. V roce 2018 hlavní město Praha vybralo na místních poplatcích v sektoru cestovního ruchu 324,1 mil. Kč. Mezi další příjmy patří výběr vstupného na věžích a ze všech vstupů do návštěvnických či historických objektů v majetku města nebo provozovaných městskými organizacemi hl. m. Prahy v objemu cca 300 mil. Kč ročně. Na druhou stranu jsou ale v rozpočtu na rok 2020 schváleny celkové výdaje 81,6 mld. Kč, tyto příjmy tak tvoří jen zlomek celkových výdajů města.

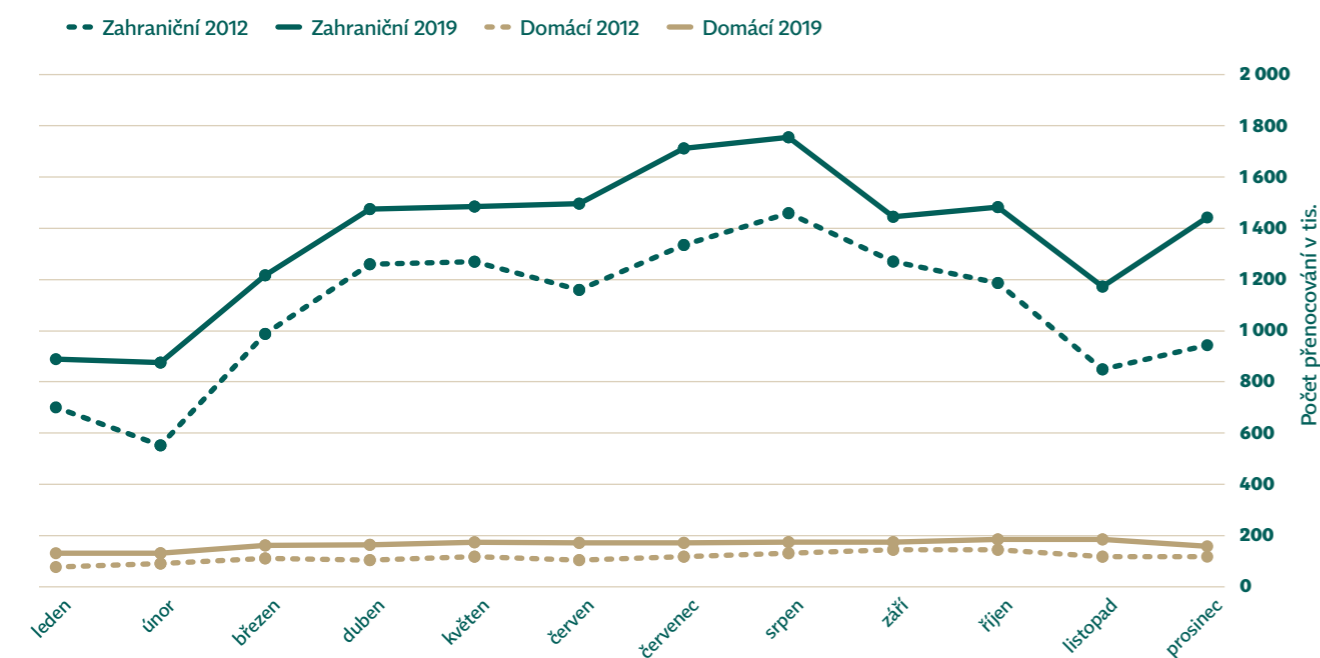
Mimo faktických příjmů cestovní ruch pomáhá i ekonomice města jako celku. Pozitivy jsou zaměstnanost (podle odhadů WTTC<sup>14</sup> bylo v roce 2017 v cestovním ruchu Prahy přímo zaměstnáno 99,4 tis. lidí), možnosti pro rozvoj podnikatelského a inovačního prostředí, atraktivita pro zahraniční investice nebo rozvoj lidského kapitálu v podobě interkulturní výměny, vzdělávání a osobního rozvoje apod.

13 Novela zákona č. 278/2019 Sb, která mění zákon č. 565/1990 Sb., o místních poplatcích, ze dne 15. října 2019.

14 WTTC 2019.

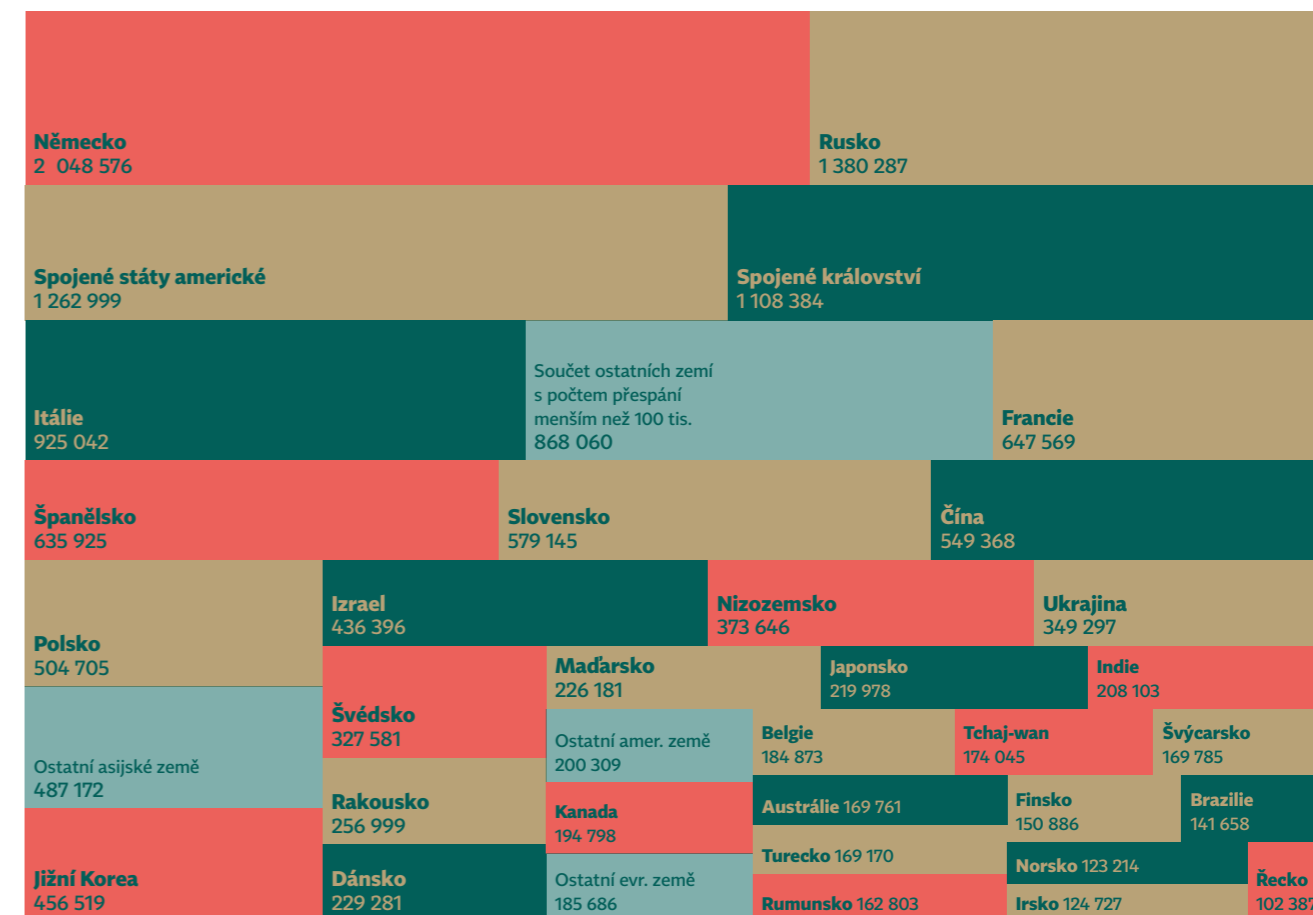
## Graf 4: Sezonnost počtu přenocování návštěvníků v letech 2012 a 2019

Zdroj: IPR Praha / ČSÚ 2020



## Graf 5: Počty přenocování zahraničních návštěvníků v hromadných ubytovacích zařízeních Prahy v roce 2019 podle zdrojových zemí

Zdroj: IPR Praha 2020 / zdroj dat: ČSÚ 2020



## Domáci versus zahraniční návštěvníci.

Počet domácích turistů na celkových příjezdech se zvyšuje (mezi lety 2012 a 2018 vzrostl z 14,1 % na 15,5 %<sup>15</sup>). Ačkoli preferují ubytování mimo hromadná ubytovací zařízení a utrácejí méně než zahraniční turisté (749 Kč versus 1 484 Kč během pobytu na den), jsou velmi loajálními návštěvníky. Cestují opakovaně, vyjadřují vysokou ochotu k návratu, většinou dobře znají Prahu, jejich interakce s místními obyvateli je vyšší a pozitivnější, jejich návštěvnost nemá větší sezonní výkyvy, a to ani v obdobích krize. Mohou tedy např. suplovat nabídku v obdobích, kdy je cestovní ruch narušen vnějšími faktory.

Z pohledu státu jsou z hlediska příjmů z cestovního ruchu atraktivnější zahraniční návštěvníci, kteří tvoří 89 % všech přenocování v hromadných ubytovacích zařízeních<sup>16</sup>. Průměrná útrata zahraničních

návštěvníků v roce 2019 činila 3 817 Kč, z toho 2 333 Kč bylo vydáno před cestou a 1 484 Kč během pobytu<sup>17</sup>. Průměrná délka pobytu se snižuje z 3,6 na 3,4<sup>18</sup> (v letech 2012 až 2019), což ale odpovídá celosvětovému trendu.

Nejvíce a nejstabilněji navštěvují Prahu turisté z Německa, Spojených států amerických, Spojeného království, Itálie a Španělska. Počty turistů z Ruska zažívají v posledních letech významné výkyvy, ale zůstávají v destinaci v průměru nejdéle. Asijský trh (zejména Číňané, Jihokorejci, Izraelci a Indové) v posledních letech nejrychleji narůstá. Zatímco však Číňané a Jihokorejci často kombinují Prahu s dalšími evropskými městy a v Praze stráví v průměru jen 1,8 noci, Izraelci jsou více loajální a v Praze v průměru stráví 3,3 noci.

15 ČSÚ 2020.

16 ČSÚ 2020.

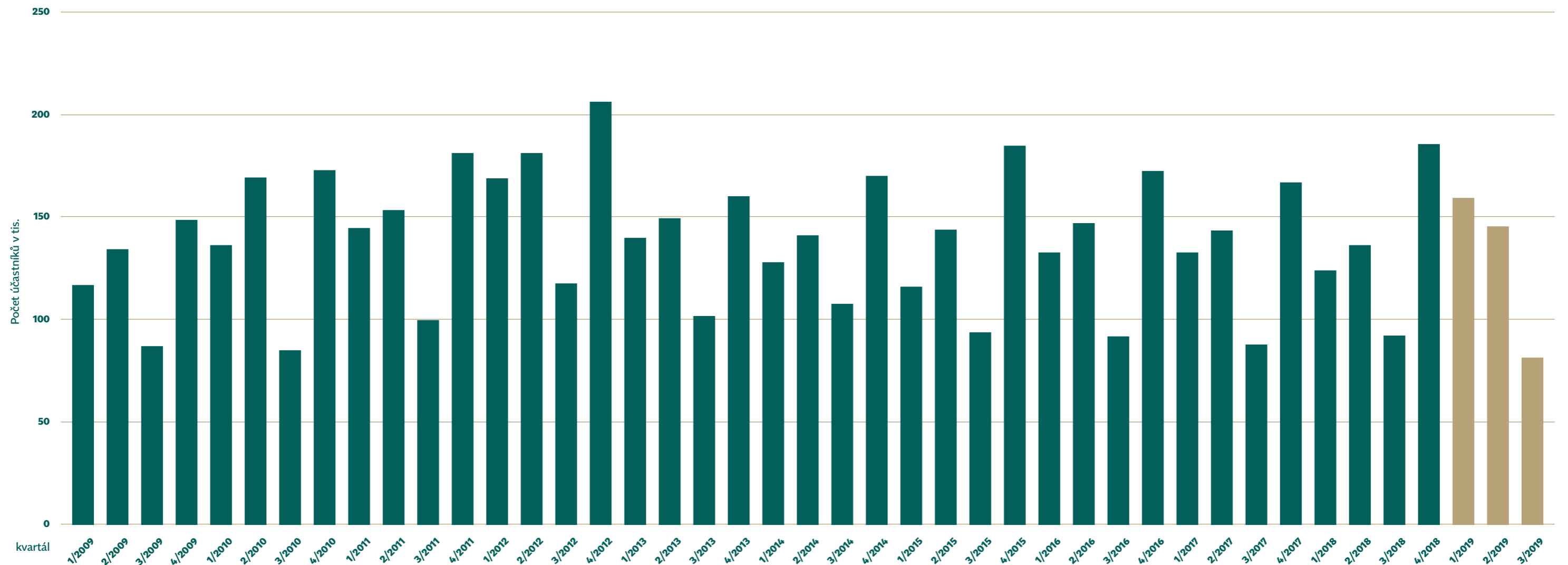
17 CzechTourism 2020.

18 ČSÚ 2020.



**Graf 6:**  
**Účast na konferencích v hromadných ubytovacích zařízeních v letech 2009 až 2019**

Zdroj: IPR Praha / ČSÚ 2020



**Potenciál kongresového průmyslu**

Kongresový průmysl přináší Praze celou řadu pozitiv<sup>19</sup>. Ročně přijede do Prahy více než 700 tis. účastníků na více než 5 000 mítinků<sup>20</sup>. Průměrná denní útrata kongresového delegáta je téměř trojnásobná než u běžného turistu, a to 6 500–8 000 Kč za den<sup>21</sup>. Kongresový průmysl má vysokou přidanou hodnotu návazných služeb. Obecně platí, že kongresový delegát čerpá větší objem služeb než běžný turista (jedná se o služby spojené s organizací kongresu).

Zároveň bývá většinou ubytován v hotelech 4–5\* třídy a celkově čerpané služby jsou vyššího standardu.

Kongresový průmysl má i významné neekonomické dopady, neboť umožňuje transfer know-how do/z České republiky. Kongresoví delegáti navíc přes den zůstávají v kongresových domech a nepřetěžují tak denní chod města. Často se také tyto akce pořádají mimo hlavní turistickou sezonu. Z důvodu návštěvy

19 Viz Studie KPMG pro Prague Convention Bureau (str. 7-8).

20 Vlastní statistika Prague Convention Bureau za rok 2018, která agreguje statistiky ČSÚ a vlastních členů. Reálná čísla jsou však ještě vyšší.

21 Studie KPMG pro Prague Convention Bureau z roku 2017.

**Dopad pandemie covid-19**

účasti na konferenci, kongresu nebo veletrhu přijelo mezi lety 2014 až 2017 do Prahy 3,1 % dotázaných turistů. Tito turisté zůstávali v české metropoli v průměru déle (7,1 noci) a vykazovali větší opakovanost návštěv<sup>22</sup>. V hromadných ubytovacích zařízeních se v roce 2019 pořádalo celkem 4 534 konferencí, kterých se celkem účastnilo přes 536 tis. lidí (viz Graf 6).

Nejméně ještě ve střednědobém výhledu bude globální cestovní ruch výrazně ovlivněn dopadem pandemie viru covid-19. Je možné, že se změní obchodní modely, chování lidí a že budou požadována opatření pro minimalizaci šíření nemocí včetně snižování hustoty turismu na exponovaných místech.

22 GfK (2017). Příjezdový cestovní ruch v Praze: Závěrečná analýza za průzkum 2014 – 2017. Prague City Tourism.

# Hlavní problémy



Dlouhodobě se ukazuje, že cestovní ruch v Praze naráží na limity své únosnosti. Masový cestovní ruch a jeho silná koncentrace do poměrně malé části mají významné negativní dopady na fungování města a život jeho obyvatel. V Praze jsou tedy jasně patrné projevy overtourismu, tedy nevyváženého rozvoje cestovního ruchu ve městě a přetížení nejnavštěvovanějších částí. Niže jsou uvedeny hlavní dopady nekoordinovaného rozvoje cestovního ruchu v Praze, které vyplynuly z řízených rozhovorů s představiteli města.

## Konstantní růst počtu zahraničních turistů, koncentrace turismu do historického centra města.

### Hlavní problémy plynoucí z cestovního ruchu v Praze:

1. Umocňující se turistifikace historického centra Prahy a její rozšiřování do dalších částí – vytlačování služeb denní potřeby, zvyšování cen služeb, zboží a nemovitostí (turistická inflace, turistická gentrifikace<sup>23</sup>).
2. Prohlubující se absence místních obyvatel v centru Prahy, která přispívá k vnímání této části města pouze jako turistické atrakce.
3. Zaplnění veřejných prostor – zaplnění pěších tras (velké skupiny s průvodci), neplynulost provozu, zábor veřejných prostor ve prospěch služeb cestovního ruchu.
4. Snižující se celková dopravní dostupnost vč. pěší – zejména implementací turistické dopravy typu – turistická vozítka (motorky, vícekola, rikši, turistické autobusy, elektrokoloběžky), ale také stání dopravy obsluhující výhradně turisty (taxi, bus stopy).
5. Turistický smog – vizuální smog, zvýšené množství odpadu, hluk (z turistických atrakcí, turistických obchodů, turistických vozítek, nevhodného chování turistů).
6. Noční ekonomika – soustředění nočního života s dopady na bezpečnost, kvalitu života rezidentů (hluk, nepořádek, agresivita apod.) v rezidenčních oblastech.
7. Krátkodobé ubytování v soukromí – nabízené zejména přes platformu Airbnb, ale také booking.com, Flipkey, Vrbo a jeho dceřiné společnosti – narušování soukromí místních obyvatel.
8. Nedostatečná komunikace s místními rezidenty při řešení problémů spojených s dopady cestovního ruchu v Praze.
9. Nedostatečný sběr dat v oblasti cestovního ruchu a s tím spojený přehled o turistických aktivitách ve městě.
10. Nepoměr mezi skutečnými příjmy města z cestovního ruchu a výdaji města na vyrovnání se s dopady cestovního ruchu a obslužností návštěvníků.
11. Nedostatečné propojení rozvoje cestovního ruchu s celkovým rozvojem města a potřebami místních obyvatel a dalších aktérů.
12. Nevyužitý potenciál spolupráce s organizacemi destinačního managementu na národní (Czechtourism) i regionální úrovni (např. krajské DMO) mimo hl. m. Prahu<sup>24</sup>.

<sup>23</sup> Gentrifikace označuje sociálně prostorové změny, kdy jsou čtvrti transformovány v důsledku uspokojení potřeb movitějších zákazníků, rezidentů i návštěvníků” (Cócola Gant 2015, s. 4, <https://www.rc21.org/en/wp-content/uploads/2014/12/E4-C%C3%B3cola-Gant.pdf>), v důsledku tohoto procesu často dochází k postupnému vytlačování původního (často méně movitého) obyvatelstva.

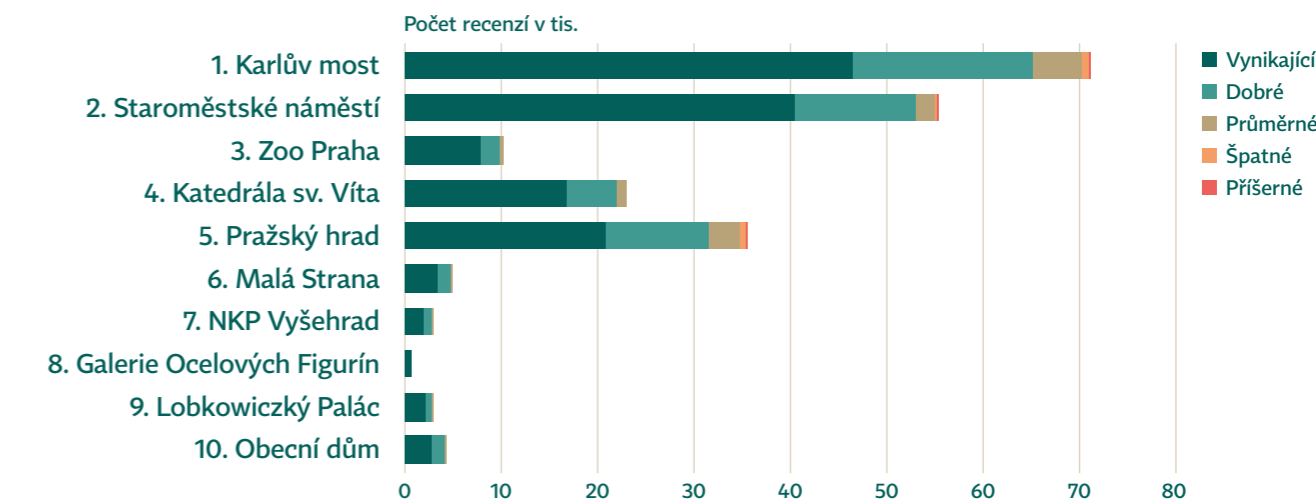
<sup>24</sup> Viz <https://www.czechtourism.cz/nase-sluzby-pro-vas/spoluprace-s-regiony/certifikace-organizaci-destinacniho-managementu/>

Služby sdílené ekonomiky v ubytování v cestovním ruchu navyšují kapacitu ubytování v centru (webová služba Airbnb), některé nové služby v dopravě hyzdí veřejný prostor (koloběžky jsou umísťovány na libovolných místech města) a existují i služby nelicencovaných průvodců, kteří poskytují turistům zkreslené či nepravdivé informace. Nabídka turistických služeb a produktů zatěžuje zejména Pražskou památkovou rezervaci vizuálním (reklamním) smogem či obtěžujícími turistickými atrakcemi jako jsou pivní vozy. Chování některých turistů způsobuje rušení nočního klidu a kriminalitu a současně odraduje policisty od práce v přetížených částech města, čímž spolu s nedostatečnou legislativní úpravou v oblasti bezpečnosti vzniká kritický nedostatek lidské síly v bezpečnostních složkách v centru města.

Pražská památková rezervace je dlouhodobě přetížená. Turisté se koncentrují do historického centra města (viz Graf 7), kde v určitých místech výrazně převažují zahraniční návštěvníci nad rezidenty (Praha se mezi velkými městy nachází na 3. místě po Dublinu a Amsterdamu v intenzitě cestovního ruchu (viz Graf 2). Nejvyšší koncentrace je v oblasti Královské cesty a jejího okolí (viz Graf 7). Koncentrace turismu ovlivňuje nejen růst koncových cen v oblasti zboží, bydlení a služeb, ale zvyšuje finanční náročnost investic a běžných výdajů hlavního města Prahy do infrastruktury a veřejných služeb jako je bezpečnost, úklid, opravy, osvětlení apod. Ekonomická bilance pro správu města i jeho rezidenty tedy není příznivá.

### Graf 7: Nejoblíbenější turistické cíle podle dat TripAdvisoru k 1. 3. 2020 (počet recenzí v tisících)

Zdroj: IPR Praha / Zdroj dat: Trip Advisor. Praha: nejoblíbenější atrakce: oblíbené u cestovatelů (seřazeno podle metodiky TripAdvisoru). [https://www.tripadvisor.cz/Attractions-g274707-Activities-Prague\\_Bohemia.html#ATTRACTION\\_SORT\\_WRAPPER](https://www.tripadvisor.cz/Attractions-g274707-Activities-Prague_Bohemia.html#ATTRACTION_SORT_WRAPPER) (26. 2. 2019).

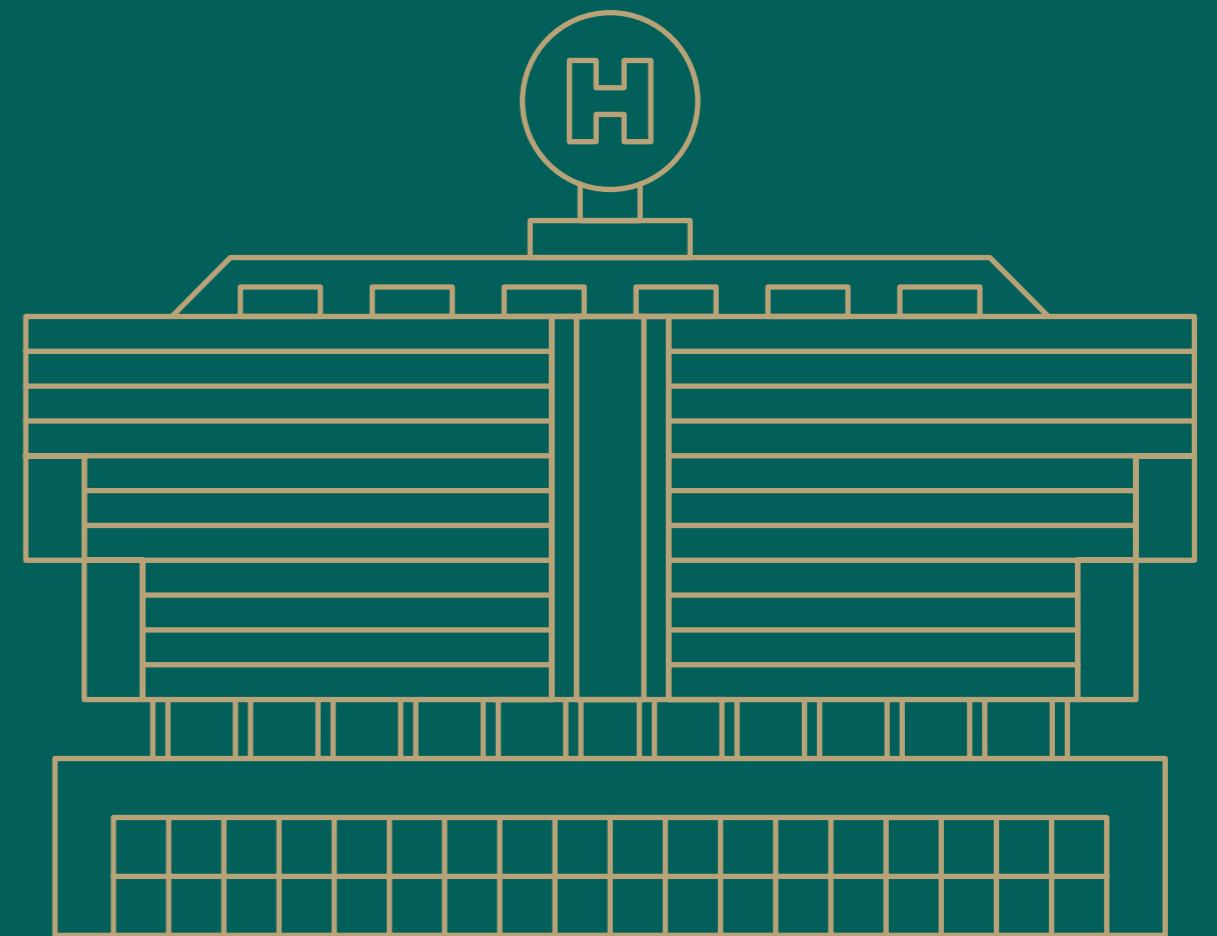


Všechny tyto problémy výrazně snižují kvalitu života rezidentů a jejich bezpečnost a způsobují setrvalé vylidňování centra. Ohrožují též výjimečnou světovou hodnotu a genius loci historického centra Prahy, díky kterým je zapsána na seznam Světového kulturního a přírodního dědictví UNESCO.

## Nízká přidaná hodnota cestovního ruchu a nízké reálné příjmy města.

Hrubá přidaná hodnota cestovního ruchu ve městě není v porovnání s jinými odvětvími optimální. Cestovní ruch by měl zvýšit přidanou hodnotu nabídkou kvalitnějších a autentických služeb a produktů ve vyšším standardu, tedy využít místního potenciálu a genia loci v produktech a službách cestovního ruchu. Tím současně zareaguje nabídka na potřeby kultivovaných turistů, se zájmem o místní prostředí, kteří vyhledávají originální, autentické a lokální produkty a služby. Tento krok bude mít dále vliv na růst tzv. slow turismu a ochotu návštěvníků se do destinace vrátit. Delší doba pobytu turistů bude mít reálný dopad na příjmy města z místního poplatku z pobytu a na druhé straně zájem turistů o místní produkty podpoří využití místního potenciálu, pěstování tradic a péči o kulturní dědictví a tím zachování genia loci. Takto se mohou dále zvýšit i tržby místních podnikatelů v cestovním ruchu a komparativní výhoda vůči jiným městským destinacím a také podpořit rozvoj kulturních a kreativních průmyslů ve městě.

# Potřeby města

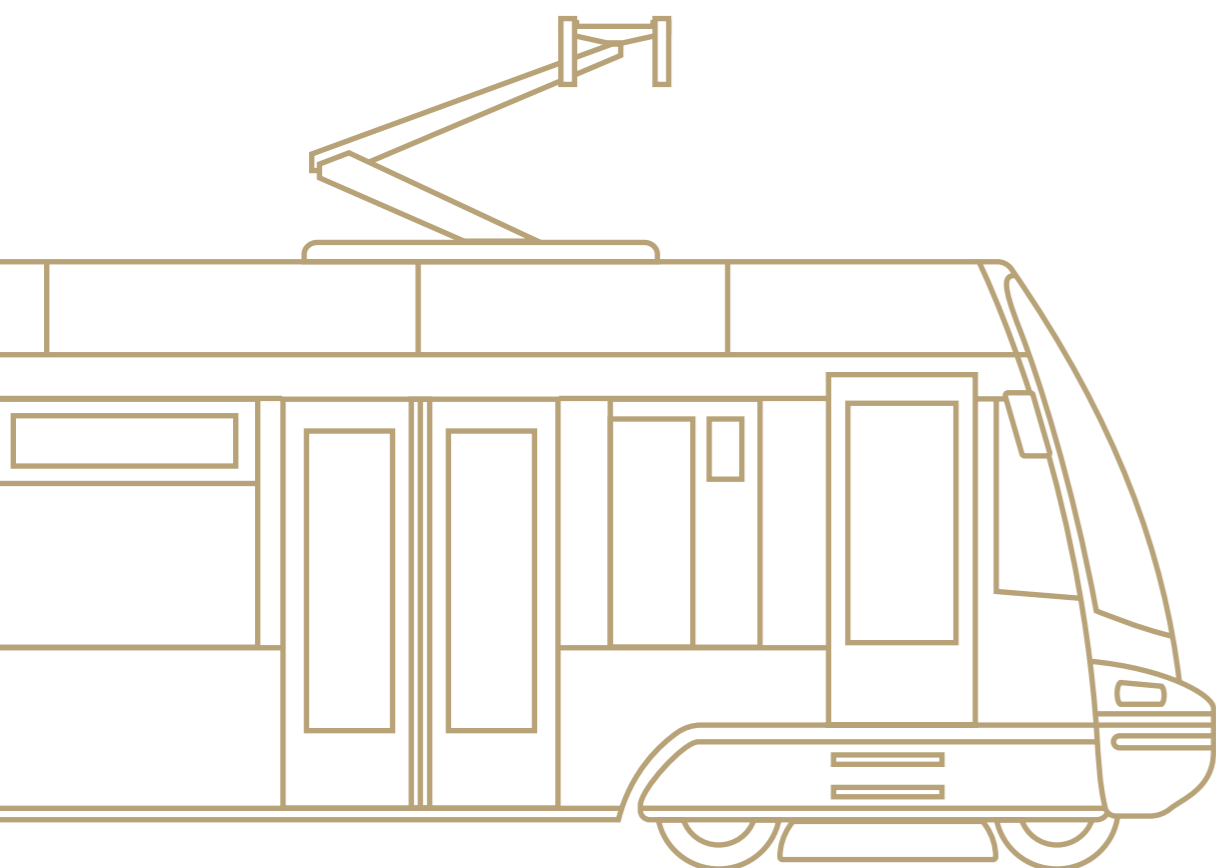


## Zvyšovat kvalitu života rezidentů a jejich informovanost.

- Zvyšovat bezpečnost občanů.
- Nastavit model spolupráce s obyvateli Prahy a zintenzivnit s nimi komunikaci.
- Zajistit skladbu provozoven v centru tak, aby více vyhovovala potřebám rezidentů.
- Kultivovat veřejný prostor.
- Vytvářet dostatek nabídky pro kvalitní kulturní a komunitní život.
- Vytvářet podmínky pro vznik a podporu atraktivit zejména mimo přetížené centrum města, které osloví jak návštěvníky města, tak místní obyvatele.

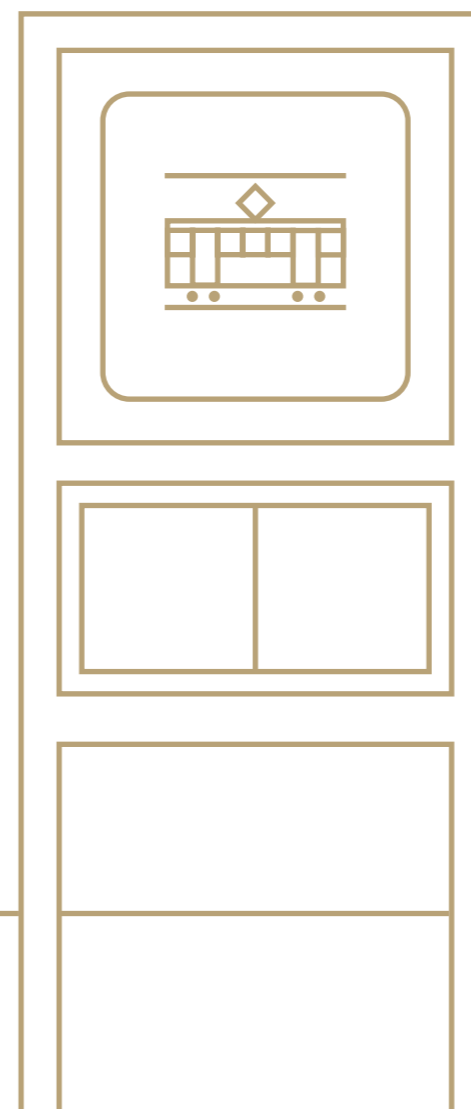
## Eliminovat negativní dopady turismu.

- Zajistit systém krizové komunikace s občany v případě konfliktních situací způsobených turismem.
- Jednat s centrálními orgány státu s cílem vyřešit problémy spojené s rozvojem nových služeb v cestovním ruchu, zejména v oblasti ubytování, dopravy či průvodců.
- Konzistentně komunikovat a uplatňovat platná pravidla a zákonné normy.
- Jednat s centrálními orgány státu s cílem vyřešit nové služby v cestovním ruchu, zejména v oblasti ubytování, dopravy či průvodců.
- Snažit se o eliminaci turistického smogu (vizuální, hlukový, odpadový apod.).
- Zvýšit a kultivovat kvalitu jedinečných produktů a služeb v cestovním ruchu využitím místní (lokální, regionální i národní) kultury, kreativity, tradic a lidí.



## Vytvářet prostředí pro rozvoj turismu v rámci udržitelného rozvoje města.

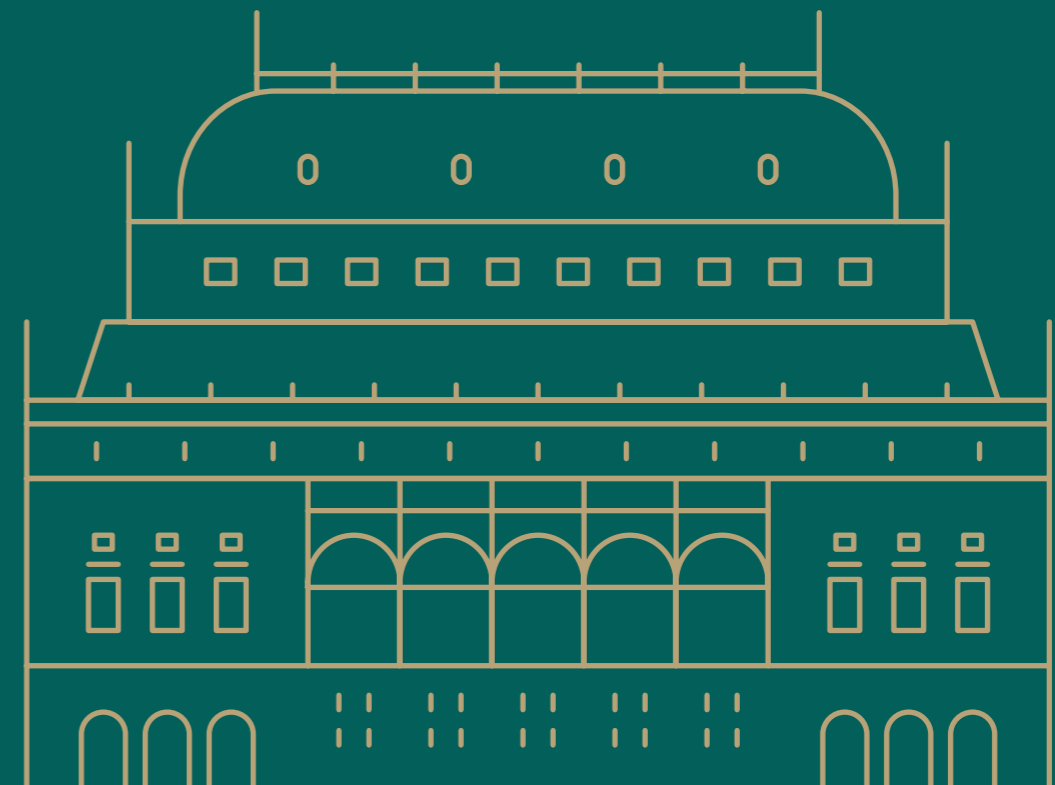
- Dlouhodobě zvyšovat podíl domácího cestovního ruchu v Praze.
- Vytvářet infrastrukturu pro kulturní, vzdělávací i sportovní aktivity pro všechny skupiny obyvatel, nikoli specificky pro zahraniční návštěvníky, zejména mimo centrum. V této souvislosti je zapotřebí klást důraz na takové atraktivity, jako je například nákladové nádraží Žižkov, Výstaviště Praha, Pražská tržnice, nová koncertní hala, nový multifunkční výstavní sál pro Slovanskou epopej či obecně zvýšit investice do městských brownfieldů za účelem snahy o dekoncentraci turistické infrastruktury v centru, včetně ubytovacích kapacit.



- Prostřednictvím investic 2 % rozpočtu hlavního města Prahy na nákup umění zatraktivňovat lokality mimo centrum města.
- Dále rozvíjet a podporovat rozvoj MICE<sup>25</sup> turismu v Praze, zejména kongresový a obchodní cestovní ruch.
- Noční život rozvíjet v oblastech s minimálními dopady na místní obyvatele. Partnerstvím a komunikací nastavit pravidla vůči podnikatelské sféře.
- Preferovat cílený marketing na skupiny s větším zájmem o destinaci a život v ní a slow tourism – tzv. stříbrnou generaci, rodiny s dětmi, kultivované a bezproblémové turisty.
- Podpořit alternativní turistickou nabídku pro cílové skupiny uvedené výše, například propagací přírodních turistických cílů.
- Zintenzivnit spolupráci s kraji a regionálními organizacemi destinačního managementu, zejména se Středočeským krajem a tím podpořit distribuci zahraničních turistů.
- Zefektivnit dopravu využíváním MHD pro cestovní ruch a zajištěním dostupnosti zejména do ZOO, Botanické zahrady či Trojského zámku v Troji včetně řešení nedostatku ubytovacích kapacit v této oblasti.
- Regulovat turistickou dopravu v Praze nastavením jasných pravidel pro jejich využívání (kde, kdy, jak), a tím mj. přispívat ke snížení uhlíkové stopy a znečištění ve městě a podpořit rozvoj slow turismu.
- Motivovat podnikatele v cestovním ruchu k environmentálně přátelskému chování (v oblasti energetické účinnosti, nabídky produktů a služeb, využívání materiálů apod.).
- Motivovat podnikatele ke zvyšování přidané hodnoty produktů a služeb v cestovním ruchu, podpora kulturních a kreativních průmyslů a řemesel v cestovním ruchu.
- Vytvářet alternativy k turistickým cílům, které se v tuto chvíli nacházejí v drtivé většině v Pražské památkové rezervaci a propojovat cíle pěšími koridory, zajistit podmínky pro přirozený pěší pohyb osob.

<sup>25</sup> Zkratka pro Meetings (setkání, schůze), Incentives (incentiva, motivační pobyty), Conventions/Conferences (kongresy/konference), Exhibitions/Events (výstavy/akce).

# Strategický rámeček



# Koncepce vychází z vizí a priorit strategií hlavního města Prahy

Strategický plán hl. m. Prahy staví rozvoj a značku města na autenticitě, vyplývající z kultury, kultivovanosti, historického dědictví a vlastního životního stylu Pražanů. Prioritou strategického plánu je kvalita života v hlavním městě, která souvisí s kultivací sdíleného veřejného prostoru, ochranou a rozvojem kulturního dědictví, architektonické a urbanistické bohatosti, včetně osvěty o chápání hodnot pražských památek a jejich významu pro identitu a hrdost jeho obyvatel.

Vizí Koncepce kulturní politiky hl. m. Prahy 2017–2021 je především kvalita a dostupnost umění a kultury s citlivým využíváním kulturního dědictví, a zároveň rozprostřenou na celém území města. Ve vztahu k turismu je vizí Praha jako vyhledávaná turistická destinace i pro kultivovanější a sofistikovanější návštěvníky díky nabídce špičkové současné umělecké kvality v přitažlivém historickém kontextu a se zárukou kvalitních služeb.

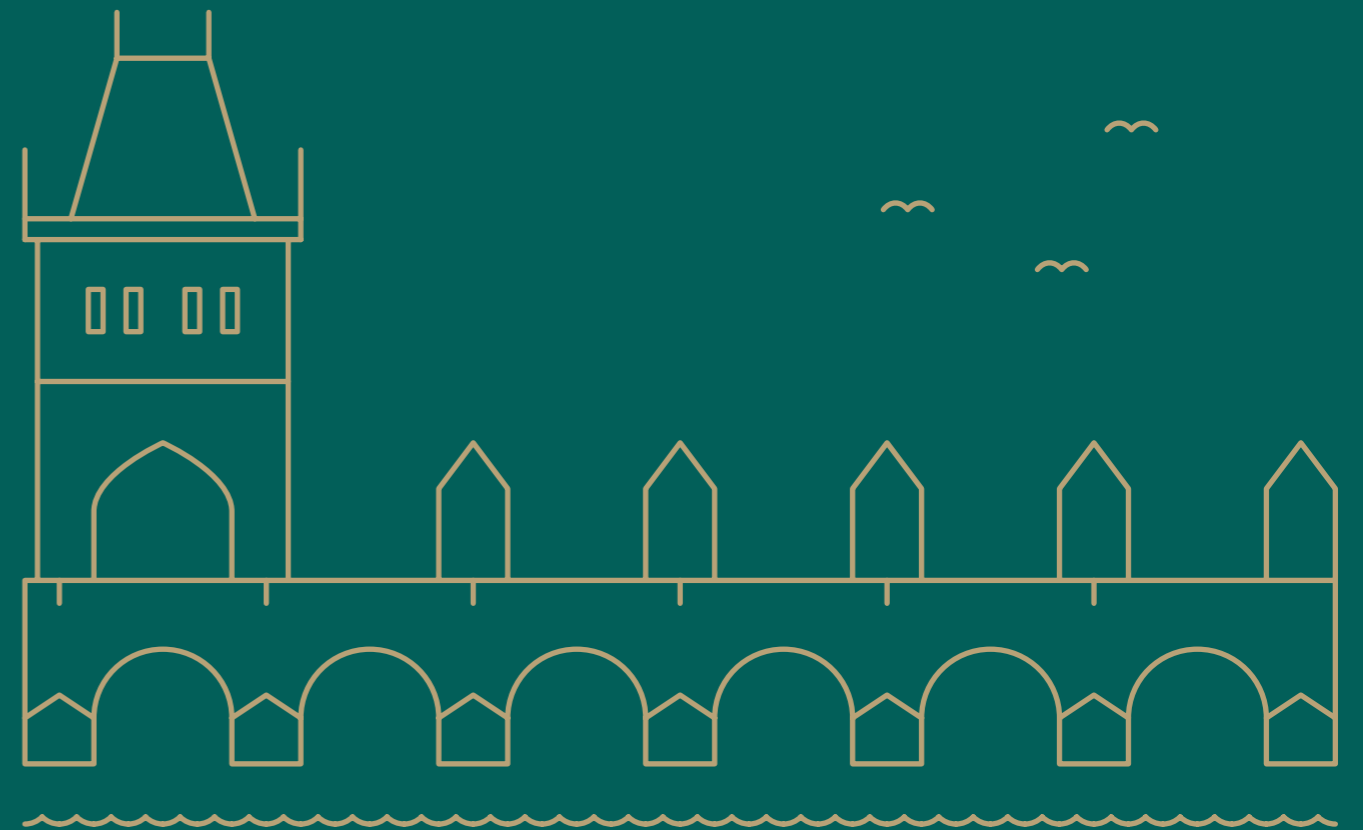


Mezi hlavní cíle Management plánu ochrany světového kulturního dědictví historického centra Prahy je udržet autenticitu a integritu Pražské památkové rezervace, tedy mimořádnou univerzální hodnotu města, která je klíčová pro setrvání na seznamu Světového kulturního a přírodního dědictví UNESCO.

Strategie ekonomické zahraniční politiky hl. m. Prahy stojí na vizi Prahy jako magnetu pro mezinárodní talenty a firmy s vysokou přidanou hodnotou. Ekonomická diplomacie města by mohla přispět k lákání významných firem a institucí a rozvíjet obchodní cestovní ruch.

Tato Koncepce se rovněž váže na Strategii rozvoje cestovního ruchu ČR 2021–2030 a Strategický rámec České republiky, které předjímají trendy rozvoje společnosti i cestovního ruchu v příštích dekádách. Odpovědí na konstantní růst zahraniční poptávky je strategická snaha rozprostit zahraniční poptávku v cestovním ruchu mimo hlavní turistické cíle ČR, které jsou již nyní turismem přetížené, a tedy i mimo Prahu, jejíž funkce je vnímána jako brána do regionů, a již je třeba chránit před masovým turismem. Vnímána je také významná role Prahy v kongresovém cestovním ruchu.

# Trendy a doporučení





## Doporučení Světové organizace cestovního ruchu (UNWTO)

Turismus jako součást globální ekonomiky je ovlivňován specifickými megatrendy<sup>26</sup>. Patří mezi ně vyvíjející se poptávka návštěvníků, udržitelný růst cestovního ruchu, podpůrné technologie a cestovní mobilita.

UNWTO vydala 11 strategických doporučení k tématu „Overtourism“<sup>27</sup>, jak čelit nadměrnému turismu. Patří mezi ně vytváření eventů a atrakcí v méně navštěvovaných částech města, dynamická cenová politika, nové produkty cestovního ruchu, regulační a daňové nástroje, cílený marketing, zapojení místní komunity a místních uměleckých a kulturních iniciativ, zkvalitnění městské infrastruktury, komunikace s rezidenty i turisty, využívání dat a nových technologií pro co nejpřesnější evaluaci dopadů turismu (viz Tabulka 3).

**Tabulka 3:**  
**Doporučené oblasti strategie UNWTO pro vyrovnání se se zvýšenou návštěvností ve městech**

S1	Podporovat rozprostření turistů ve městě i mimo něj	S7	Vytvářet zážitky, které obohatí jak rezidenty, tak návštěvníky
S2	Podporovat rozprostření turistů v roce	S8	Zlepšit městskou infrastrukturu a zařízení
S3	Podněcovat nové návštěvnické trasy a atrakce	S9	Komunikovat s lokálními podnikateli a zapojit je do řízení destinace
S4	Přezkoumat a přizpůsobit regulace	S10	Komunikovat s návštěvníky a zapojit je do řízení destinace
S5	Zlepšit segmentaci návštěvníků	S11	Nastavení monitoringu a sběru relevantních dat
S6	Zajistit místní komunitě výhody z turismu		

Zdroj: upraveno a přeloženo IPR Praha<sup>28</sup>

## Doporučení Organizace OSN pro vzdělání, vědu a kulturu (UNESCO)

V rámci podpory udržitelného turismu vydala UNESCO World Heritage Sustainable Tourism Toolkit<sup>29</sup> návod, vytvořený na základě dobré praxe péče o turistické destinace. Obsahuje doporučení pro strategickou rovinu, které se týkají porozumění turismu, tvorbě destinační strategie, řízení a koordinaci a zapojení místních stakeholderů, a doporučení pro implementační rovinu, které se týkají komunikace s turisty, rozvoje vhodné infrastruktury, tvorbě produktů cestovního ruchu, usměrňování chování turistů, otázky financování a investic a nastavení monitoringu.

<sup>26</sup> Viz OECD Tourism Trends and Policies 2018. <https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/tour-2018-6-en.pdf?expires=1581948753&id=id&accname=guest&checksum=50CABF78E09F9021CBBF4F4B3F279BAE>

<sup>27</sup> UNWTO (2018). Overtourism? Understanding and Managing Urban: Tourism Growth beyond Perception. <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420070> (28. 2. 2020).

<sup>28</sup> Tamtéž.

<sup>29</sup> <http://whc.unesco.org/sustainabletourismtoolkit/how-use-guide>

Dále vydala UNWTO doporučení k udržitelnému turismu, který obhájí vyváženost environmentálních, ekonomických a socio-kulturních aspektů rozvoje cestovního ruchu (viz Tabulka 4).

**Tabulka 4:**  
**Cíle UNWTO pro udržitelný cestovní ruch**

Ekonomická životaschopnost	Zajistit životnost a konkurenceschopnost turistické destinace a podniků tak, aby byly schopny dále prosperovat a mít dlouhodobé přínosy.	Kvalita života místní komunity	Udržet a posílit kvalitu života místní komunity včetně sociálních struktur a přístupu ke zdrojům, občanské vybavenosti a sociálnímu zabezpečení a zamezit jakýmkoli formám sociální degradace nebo vykořisťování.
Lokální prosperita	Maximalizovat příspěvek turismu k prosperitě navštěvované destinace zahrnující podíl útraty návštěvníků, která je zachována v místě.	Kulturní rozmanitost	Respektovat a zlepšit historické dědictví, autentickou kulturu, tradice a jedinečnost hostitelské komunity.
Zaměstnanecká kvalita	Posílit množství a kvalitu pracovních míst vytvořených a podpořených cestovním ruchem včetně úrovně platů, podmínek služeb a dostupnosti bez diskriminace na základě pohlaví, rasy, postižení či jiných aspektů.	Fyzická integrita	Udržet a zlepšit kvalitu krajiny, jak městské, tak venkovské, a zamezit vizuální degradaci životního prostředí.
Sociální rovnost	Usilovat o rozsáhlou distribuci ekonomických a sociálních přínosů z cestovního ruchu do celé komunity včetně zlepšování příležitostí, příjmů a služeb dostupných pro chudé.	Biologická diverzita	Podporovat a chránit přírodní oblasti, přírodní stanoviště a volně žijící živočichy a minimalizovat jejich poškození.
Plnohodnotný turistický zážitek	Poskytnout bezpečné, uspokojující a naplňující zážitky pro návštěvníky dostupné každému bez diskriminace na základě pohlaví, rasy, postižení či jiných aspektů.	Efektivní využití zdrojů	Minimalizovat využití vzácných a neobnovitelných zdrojů v rozvoji a provozování zařízení a služeb cestovního ruchu.
Místní kontrola	Zapojit místní komunitu do plánování a rozhodování o řízení a budoucím rozvoji cestovního ruchu v oblasti v rámci konzultace s dalšími aktéry.	Čisté životní prostředí	Minimalizovat znečištění ovzduší, vody a půdy a vytváření odpadu generovaných návštěvníky a podniky v cestovním ruchu.

Zdroj: upraveno a přeloženo IPR Praha<sup>30</sup>

## Doporučení Konference OSN k bydlení a udržitelném rozvoji měst (Habitat III)

Nová agenda pro města<sup>31</sup> chce podporovat přechod městských ekonomik k vyšší produktivitě prostřednictvím odvětví s vysokou přidanou hodnotou, např. prostřednictvím podpory kulturních a kreativních odvětví, udržitelného cestovního ruchu, scénických umění nebo činností v rámci ochrany kulturního dědictví.

<sup>30</sup> UNWTO (2013). Sustainable Tourism for Development Guidebook. First ed. <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284415496> (28. 2. 2020).

<sup>31</sup> <http://habitat3.org/wp-content/uploads/NUA-Czech.pdf>

# Vize a cíle



Péče o zájmy Pražanů

**Kvalita  
života**

Péče o veřejný  
prostor

Péče o destinaci

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

## Strategický cíl 1: Péče o zájmy Pražanů

Opatření	Aktivita
<b>Komunikovat a spolupracovat s Pražany</b>	Zajištění systému krizové komunikace s Pražany pro případy problémů či konfliktních situací způsobených turismem.
	Systematická komunikace s Pražany, jak s obyvateli, tak s podnikateli v cestovním ruchu.
	Koncepční podpora udržitelného rozvoje nočního života v místech s minimálními dopady na život místních obyvatel.
	Budování a rozvoj spolupráce s bezpečnostními složkami města a státu v oblasti cestovního ruchu, mj. s cílem navýšit kapacity v přetížených oblastech. Iniciovat změnu legislativy s cílem umožnit zajištění dostatečných personálních kapacit.
	Vytvořit strategii pro případ opakování pandemie či jiných živelných katastrof.
	Usnadnění a podpora přístupu Pražanů, obyvatel i podnikatelů v cestovním ruchu ke kulturnímu dědictví města s cílem podporovat jejich vzdělávání a identitu s městem.
	Zajištění rovnováhy kulturního, komunitního a turistického využívání kulturních památek města.
	Minimalizace znečištění ovzduší, vody a půdy a vytváření odpadu generovaných návštěvníky a podniky v cestovním ruchu.
<b>Podporovat a budovat pozitivní vztahy mezi místní a návštěvnickou komunitou</b>	Informační a osvětové kampaně mezi návštěvníky o limitech, pravidlech a kultuře chování v Praze.
	Podpora budování vztahu domácích i zahraničních návštěvníků k místní kultuře a komunitě.

Cíli koncepce jsou péče o zájem Pražanů, péče o veřejný prostor a péče o destinaci. Průnikem těchto cílů je zachování vysoké kvality života v hlavním městě.

## Strategický cíl 2: Péče o veřejný prostor

Opatření	Aktivita
<b>Pečovat o estetiku veřejného prostoru a jeho citlivé využívání</b>	Kontrola a vymáhání pravidel pro umístování a vizuální styl reklamy, značení provozoven a dalších turistických značení v Pražské památkové rezervaci a jejich důsledná kontrola a vymáhání.
	Rozvoj městské turistické infrastruktury (P+R, městský mobiliář, veřejná WC, informační tabule, informační centra apod.)
	Jednání s centrálními orgány státu s cílem vyřešit nové služby v cestovním ruchu, zejména v oblasti ubytování, dopravy či průvodců.
	Vést dialog s online platformami zejména v oblastech ubytování a dopravy s cílem minimalizovat negativní dopady jejich podnikání v Praze.
	Zapojování umělců, kreativních tvůrců a inovátorů do obnovy, rozvoje a využívání veřejného prostoru s důrazem na podporu kvality trávení volného času Pražanů.
	Reinvestice zisků z cestovního ruchu do kultury a údržby památek a úprav veřejného prostoru v jejich okolí, především v oblasti turisticky exponovaných míst.
	Péče o kvalitu městských akcí (vánoční trhy apod.).
	Budování kvalitní kulturní, vzdělávací či sportovní infrastruktury mimo centrum města.
<b>Zajistit prostupnost dopravy</b>	Regulace či jasná pravidla turistických dopravních prostředků a nastavení jasných pravidel a míst, kde mohou být využívány, a to s cílem zajistit plynulost pozemní a lodní dopravy i tras pro pěší chůzi.
	Zefektivnění dopravy využíváním MHD pro cestovní ruch.
	Zlepšení informovanosti turistů o možnostech dopravy pro Praze.
	Zajištění dostupnosti zejména do městské části Praha-Troja propojením obou břehů Vltavy.

# Strategický cíl 3: Péče o destinaci

Opatření	Aktivita
<b>Inovovat produkty cestovního ruchu</b>	Tvorba alternativních turistických tras, postavených na kvalitních cílech, eliminujících přílišnou koncentraci zahraničních návštěvníků na tradičních místech.
	Stavět budování značky Prahy na autenticitě, vyplývající z kultury, kultivovanosti, historického dědictví a vlastního životního stylu Pražanů a eliminovat negativní vnímání Prahy jako místa pro stag parties.
	Podpora výrobců a prodejců regionálních produktů s vazbou na všechny regiony ČR.
	Podpora a zvýhodnění návštěvníků, kteří setrvají v Praze nadprůměrně delší dobu
	Podpora a tvorba produktů podporující rozvoj slow tourismu a cílící na turisty se zájmem o místní prostředí, respektující život místních obyvatel a místní kulturu, zejména na tzv. stříbrnou generaci (50+), rodiny s dětmi, mladé lidi či další kultivované cílové skupiny. „Prožitky místo zážitků.“
	Tvorba produktů na podporu domácího cestovního ruchu, i v kombinaci s nabídkou pro rezidenty.
	Podpora nabídky kvalitní kultury pro domácí i zahraniční návštěvníky s důrazem na oblast mimo centrum města, resp. v centru mimo sezonu.
	Podpora MICE turismu včetně investic do infrastruktury a ubytovacích kapacit mimo centrum, které k tomu pomohou. V součinnosti s ekonomickou diplomacií hl. m. Prahy podporovat strategické eventy, které přinášejí Praze vysokou přidanou hodnotu, a zároveň tím přispívají k image Prahy i České republiky jako inovativního a kreativního centra perspektivních oborů.
	Vnímat, že snaha o změnu návštěvnické struktury (např. kongresová klientela) a snaha o dekoncentraci zahraničních návštěvníků v centru města znamená bezpodmínečnou nutnost investic do ubytovacích zařízení jiného charakteru a na jiném místě.
	Podpora obchodního cestovního ruchu, podpora usídlování významných zahraničních institucí a organizací v Praze.
	Propagace inovativních produktů cestovního ruchu zejména prostřednictvím online marketingu, webových stránek, kartou Prague Visitor Pass, služeb průvodců a dalších komunikačních nástrojů Prague City Tourism.
	Zohlednění principů udržitelnosti ve všech jejích pilířích definovaných UNWTO při destinačním managementu Prahy a posílení mezinárodní spolupráce.
	Certifikace Prague City Tourism, a.s. jako organizace destinačního managementu.

	Podpora certifikace kvality produktů a služeb v cestovním ruchu.
	Podpora vzdělávacích programů pro pracovníky v cestovním ruchu (průvodci, destinační pracovníci apod.)
	Tvorba návštěvnických manuálů města pro uživatele turistické infrastruktury (dopravci, pořadatelé kongresů apod.)
<b>Rozvoj spolupráce na všech úrovních</b>	Podpora meziresortní, mezisektorové a meziinstitucionální spolupráce na podporu integrovaného rozvoje cestovního ruchu s rozvojem města jako celku.
	Zajištění institucionalizovaného či formalizovaného zapojení všech relevantních útvarů hl. m. Prahy, městských částí a dalších klíčových organizací města do řešení udržitelného cestovního ruchu.
	Podpora a budování kvalitní spolupráce mezi destinačními společnostmi na všech úrovních (lokální, regionální, národní i nadnárodní).
	Prosazování marketingových zájmů Prahy u ostatních veřejných aktérů (CzechTourism, Česká centra, MZV ČR, MK ČR, MMR ČR atd.) ve prospěch cílů udržitelného rozvoje cestovního ruchu v Praze (dekoncentrace návštěvnosti).
	Institucionalizace spolupráce v kongresovém cestovním ruchu s Prague Convention Bureau.
	Podpora a budování mezinárodní spolupráce a partnerství, zapojení do mezinárodních sítí a platforem cestovního ruchu.
	Spolupráce s aktéry v cestovním ruchu z veřejného, občanského, podnikatelského a neziskového prostředí se záměrem naplňovat cíle této koncepce.
<b>Maximalizovat přínos cestovního ruchu</b>	Využití objektů v majetku hlavního města Prahy pro zkvalitnění služeb cestovního ruchu, zvýšení atraktivity pro požadované cílové skupiny a zvýšení příjmů města z cestovního ruchu.
	Tvorba motivačního prostředí pro podnikatele v oblasti zvyšování přidané hodnoty produktů a služeb cestovního ruchu.
	Nastavení pravidel a systémů kontroly v oblasti nových služeb v cestovním ruchu, jako jsou ubytování v soukromí, turistická doprava či průvodcovská činnost a tím minimalizovat negativní dopady těchto služeb ve městě.
	Snížení zejména byrokratických bariér pro filmový průmysl. Podpora vysoce kvalitní filmové produkce, která vytváří image sofistikovaného města.

<b>Provádět výzkum, monitoring a evaluaci</b>	Využívání veškerých dostupných dat a nových technologií pro usměrňování turistických toků a evaluaci dopadu turismu.
	Zajištění pravidelných statistických šetření a průzkumů mezi obyvateli města a domácími i zahraničními návštěvníky.
	Zajištění sběru komplexních statistických dat za kongresový průmysl, zejména rozšíření sběru dat ČSÚ o kongresová centra, historické paláce, univerzity apod. Vytváření pravidelných relevantních dopadových studií.
	Spolupráce s výzkumnými organizacemi v oblasti inovativních řešení problémů cestovního ruchu.
	Udržování informační databáze o jednotlivých subjektech, akcích a programech cestovního ruchu v Praze jako základ pro poskytování kvalitních informací turistické veřejnosti, a to ať už prostřednictvím turistických informačních středisek či turistického portálu <a href="http://www.prague.eu">www.prague.eu</a> , Prague Visitor Pass, mobilních aplikací a dalších vznikajících nástrojů.

