

V Praze jako doma

2020 a 2021



Výsledky 2021

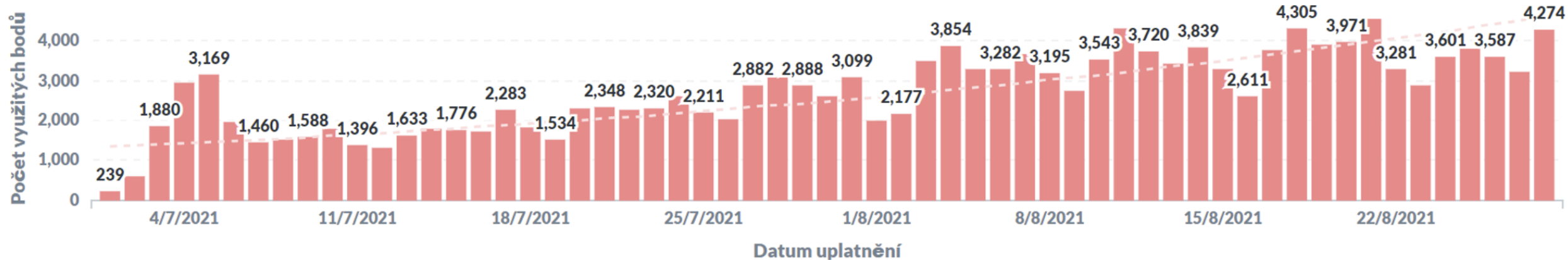
Celkový počet využitých bodů: 160 000

Počet aktivních provozoven: 302

Počet atrakтивit: 152

Výdej a příjem bodů

Počet využitých bodů - po dnech (včetně trendu)

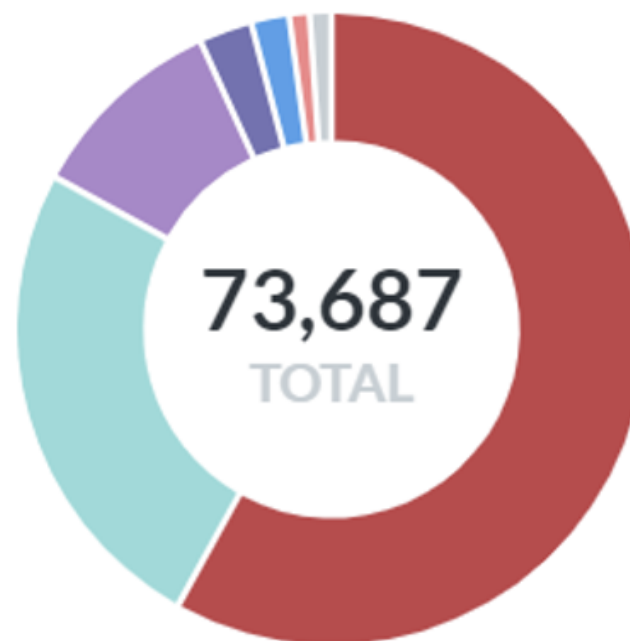


Denní přehled vydaných bodů (včetně trendu)



Vydané vouchery dle typu HUZ

● Hotel ****	58.974%
● Hotel ***	25.097%
● Hotel *****	10.118%
● Penzion	2.488%
● Ostatni	1.702%
● Turistická ubyt...	0.779%
● Other	0.843%



Využívání atraktivit



^ Produkt	Počet využití
Zoologická zahrada hl. m. Prahy	23,133
Pražský hrad – okruh	16,386
Petřínská rozhledna	12,463
Staroměstská radnice	11,200
Zrcadlové bludiště	11,036
Muzejní komplex	10,126
Turistická tramvaj	7,341
Pražský hrad – věž katedrály	5,243
Království železnic	5,026
Národní technické muzeum	4,599
Staroměstská mostecká věž	3,856
Muzeum Karla Zemana	3,759
Botanická zahrada hl. města Prahy	3,491

Využívání atraktivit



^ Produkt	Počet využití
Prašná brána	3,282
Židovské muzeum v Praze	3,239
Vrtbovská zahrada	2,582
Historický kolotoč	2,509
Malostranské mostecké věže	2,452
Bazilika sv. Petra a Pavla na Vyšehradě	2,429
Planetárium	2,429
Strahovská knihovna	2,372
Loreta Praha, Loretánské nám. 100/7, 110	2,253
Museum Kampa	1,734
Jeruzalémská synagoga	1,629
Staronová synagoga	1,489
Štefánikova hvězdárna	1,480

Celkové vyhodnocení programu

Celkově bylo vydáno téměř 150.000 voucherů (73.000 + 76.000)

Průměr přenocování 2,3 noci na osobu, celkem 345.000 přenocování

Celkem bylo uplatněno 306.000 bodů (140.000 + 166.000)

Ekonomický přínos programu dosáhl 0,446 mld. Kč (207 mil. Kč + 239 mil. Kč)

Celkové výsledky atraktivit

Městské příspěvkové organizace | PCT | DOX | Muzeum Kampa | Obecní dům | Výstaviště | DPP

Celkový počet uplatněných bodů: 180 477 (81 530 + 98 947)

- 59 % z celkem 307 000 vydaných bodů

Finanční plnění: 28,3 mil Kč (12 mil. Kč + 16,3 mil. Kč)

- 56 % z celkového plnění 50,5 mil Kč

Podzimní kampaň



Přípravný tým

Prague City Tourism | Asociace hotelů a restaurací ČR | Letiště Praha | Mastercard

Výběr destinací

Německo | Polsko | Nizozemsko | Belgie | Rakousko | Španělsko | Francie | Itálie | Švédsko
Švýcarsko | Izrael | Rusko | Velká Británie

Cílové skupiny

Individuální (nikoli organizovaní) cestující ve věku 30–55 let. Vyloučeny budou cílové skupiny mládeže s cílem navštívit Prahu jako večírkovou destinaci.

Výchozí data

Veškerá data pro zacílení kampaně poskytla Prague City Tourism společnost Mastercard.

Z dat jednoznačně vyplývá:

- na které země se v podzimní kampani zaměřit
- jak kampaň načasovat v jednotlivých zemích
- jakou komunikaci zvolit pro dané země a období

Data podléhají smlouvě o mlčenlivosti.



prague
city tourism

Stay astonished

Prague, endlessly fascinating

[Book your visit](#)

Hlavní motivy



Děkujeme

