

Češi po pandemii tvoří v Praze nejsilnější skupinu návštěvníků. V závěsu za nimi jsou turisté z Německa a USA

9.11.2022 - | Magistrát hlavního města Prahy

Dle statistických údajů z ČSÚ přicestovalo do Prahy během letní sezóny (červenec-září) celkem 1 844 332 turistů, nejčastěji se jednalo o turisty z tuzemska (397 265), z Německa (256 427), USA (119 279), Polska (105 579), Slovenska (100 444) a Velké Británie (71 311). V porovnání s rokem 2021 se jedná o 77% nárůst, avšak oproti předpandemickému roku 2019 jsou čísla na pouhých 80 % návštěvnosti. Nově se do Prahy vrací turisté z USA, nicméně cestovatelé z jihovýchodní Asie jsou stále v malém zastoupení, v letní sezóně jich přijelo konkrétně 32 883, což je o 86 % méně než ve stejném období roku 2019.

„Více tuzemských návštěvníků nebo turistický ruch rozprostřený i mimo nejvytíženější místa v centru. Navzdory covidu se nám společně s Prague City Tourism daří naplňovat tuto novou strategii a postupně kultivovat cestovní ruch v hlavním městě,“ říká radní pro kulturu a cestovní ruch Hana Třeštíková.

Současný trend zvyšování poměru domácích turistů vůči zahraničním vnímají zástupci Prague City Tourism velmi pozitivně. Před pandemií tvořili domácí hosté pouhých 15 % z celkového množství turistů a Praha v tomto ohledu zaostávala za jinými evropskými metropolemi, což se ukázalo jako velmi problematické v průběhu pandemie, kdy byl domácí turismus pro město stěžejní. Podle dostupných údajů například v sousední Vídni domácí turisté tvořili více než 21 % z celkového počtu, ve Varšavě dokonce více než 60 %. V současné době je podíl domácího turismu v Praze 21,5 %.

„Jsme velmi rádi, že se nám daří vzbudit zájem domácích turistů o návštěvu Prahy. Naše dlouhodobá kampaň V Praze jako doma nepochybně zafungovala a stále motivuje domácí hosty k návštěvě prostřednictvím různých benefičních balíčků a kombinovaných slev. Rovněž registrujeme zvýšený zájem o turistickou kartu Prague Visitor Pass, díky které mají turisté přehled o veškerých službách a výhodách na jednom místě a bez starostí,“ uvádí František Cipro, předseda představenstva Prague City Tourism. Česká klientela je podle Cipra pro město velmi cenná a důležitá, protože tento typ cestovatelů zná místní realie a přispívá tak k rozvoji místní kultury.

Společnost Prague City Tourism domácí a příjezdový cestovní ruch podpořila silným marketingem, a to zejména digitální kampaní Stay in Prague a kampaní zaměřenou na domácí cestovní ruch V Praze jako doma. Kampaň cílená na zahraniční hosty měla vynikající výsledky na polských, italských a německých trzích a prokazatelně přilákala turisty z těchto zemí do metropole. Jako velký benefit při návštěvě slouží i již výše zmíněná turistická karta Prague Visitor Pass. I díky ní turisté dle dostupných dat společnosti Mastercard hojně navštěvují vedle historického centra i další části Prahy.

https://www.praha.eu/jnp/cz/o_meste/magistrat/tiskovy_servis/tiskove_zpravy/cesi_po_pandemii_tvori_v_praze.html