tisková zpráva

Praha sjednocuje značku cestovního ruchu. Nově pod ni patří i kongresový průmysl

14. 5. 2026, Praha – Praha sjednocuje svou prezentaci v cestovním ruchu pod jednu značku. Vedle volnočasového turismu se tak do jednotného brandingu nově plně začlení i identita Prahy v obchodním cestovním ruchu, tedy segmentu MICE zahrnující meetingy, incentivy, kongresy, konference a odborné akce. Projekt rebrandingu Prague Convention Bureau a první navazující kampaň realizuje Prague City Tourism a financuje ho hlavní město Praha částkou 2,9 milionu korun. S jeho pokračováním počítá i v dalších letech.

„Jednotná a konzistentní prezentace destinace je dnes klíčovým předpokladem pro budování mezinárodní konkurenceschopnosti měst. Silná identita pomáhá nejen v oblasti volnočasového cestovního ruchu, ale i při získávání významných kongresů, konferencí a bonitní klientely,“ říká radní pro kulturu a cestovní ruch Tomáš Slabihoudek.

Sjednocení značky navazuje na strategii Prahy 2024–2027, která směřuje k proměně města v kultivovanou prémiovou destinaci. Významnou roli hraje i samotný obchodní turismus, který podporuje příliv bonitní klientely do města. Praha dlouhodobě patří mezi top kongresové destinace a cílem je tuto pozici dál posilovat a prezentovat město jednotně a sebevědomě. Toto sjednocení identity, jak v oblasti tzv. leisure tourism, tak kongresové turistiky, podle expertů posílí její etablování na mezinárodní scéně.

Město popdpořilo rebranding Prague Convention Bureau částkou 2,9 milionu korun. Kromě samotné komunikační kampaně prošel úpravou i destinační kongresový web a celá tvář prezentace pro B2B klientelu. Propojení volnočasového a kongresového cestovního ruchu zajistí jednotnou prezentaci Prahy a podpoří cílení na bonitní návštěvníky i významné mezinárodní akce,“ potvrzuje Jiří Sulženko, ředitel odboru kultury a cestovního ruchu Magistrátu hl. m. Prahy.

„Praha několik let cíleně pracuje na tom, aby nebyla vnímána jako levná a masová destinace, ale jako město kultury, kvality a výjimečného genia loci. Obchodní cestovní ruch do této strategie přirozeně patří. Kongresový návštěvník nepřiváží do města jen vyšší útratu, ale také odbornost, kontakty a mezinárodní prestiž. Pokud má Praha vystupovat jako prémiová destinace, musí tak působit jednotně ve všech segmentech cestovního ruchu,“ doplňuje Jana Adamcová, místopředsedkyně představenstva Prague City Tourism.

V oblasti obchodního cestovního ruchu nová identita značky Prahy vědomě pracuje s příběhy osobností, které jsou s městem historicky spojené. Osobnosti Keplera, Einsteina, Dopplera nebo Macha představují Prahu jako místo, kde se po staletí potkává bohémská energie, tvořivost a

nekonvenční myšlení s vědou, inovacemi a odbornými komunitami. Právě tyto příběhy ukazují, že Praha není pouze krásnou kulisou pro kongresy a byznysová setkání, ale městem, kde se rodily a dodnes mohou rodit nové myšlenky.

Prvním viditelným počinem společného rebrandingu je mezinárodní kampaň Prague Convention Bureau propagující Prahu jako prémiovou destinaci pro kongresy, konference a business events. Kampaň pracuje s claimem „unconventional conventions“ a představuje Prahu jako město, kde se dobré nápady nerodí v anonymních kongresových sálech, ale v prostředí s duší, historií a silnou tvůrčí energií. Tváří kampaně je herec Marek Adamczyk. Společně vznikla také série fotografií a spotů, ve kterých je zdůrazněna autenticita samotného města, a to například i tím, že v Obecním domě koktejl v klipu míchá přímo barista Tretter a metaře ztvárnil reálný zaměstnanec Technologií hl. m. Prahy. Za hudební stránkou stojí Michal Pelant a zpěvačka Charlie One.

„Praha má v kongresovém průmyslu velmi silnou výchozí pozici a dlouhodobě se jí daří přitahovat významné mezinárodní akce. Pro další rozvoj je ale důležité, aby se na zahraničních trzích prezentovala jednotně a srozumitelně – nejen jako dobře dostupná a profesionálně vybavená destinace, ale také jako město s mimořádným odborným, kulturním a kreativním zázemím. Sjednocení značky nám v tomto směru pomáhá lépe pracovat s příběhem Prahy a ukazovat organizátorům i odborným komunitám, proč má smysl přivádět jejich setkání právě sem,“ doplňuje Roman Muška, ředitel Prague Convention Bureau.

Další důležité informace naleznete na síti ***LinkedIn*** *Prague City Tourism.*

Kontakt pro média:
Klára Janderová
tisková mluvčí Prague City Tourism
t: 777 355 999