

## Důvodová zpráva R-28844

Příspěvková organizace Pražská informační služba (dále jen „Organizace“ nebo „PIS“) je příspěvkovou organizací hlavního města Prahy (dále jen „HMP“ nebo „Praha“) zřízenou zřizovací listinou, která je schvalována Zastupitelstvem hlavního města Prahy. Aktuální znění zřizovací listiny je platné od 1.10.2016 a bylo schváleno usnesením Zastupitelstva HMP č. 19/93.

Posláním Organizace je péče o rozvoj domácího i zahraničního cestovního ruchu v české metropoli. Od ledna 2015 Organizace používá výhradně marketingovou značku Prague City Tourism (dále také PCT“). PIS propaguje Prahu a poskytuje turistické informace návštěvníkům Prahy. Tuto činnost provádí formou provozování informačních center, provozování webového portálu, zprostředkování služeb, výroby a distribuce propagačních materiálů, pořádáním přednášek a výletů. PIS dále provozuje historický objekt Staroměstská radnice.

Stěžejní činností je propagace a marketing Prahy pro rozvoj domácího a zahraničního cestovního ruchu. V uplynulých dvou letech prošla PIS přerodem v marketingovou organizaci. Opustila koncept zaměřený na encyklopedickou znalost metropole a namísto toho se stala aktivním manažerem cestovního ruchu a moderní servisní organizací.

### **Pro transformaci PIS na PCT hovoří následující důvody, zejména:**

- PIS musí vytvořit pružnější strukturu umožňující sledování a naplňování stávajících i budoucích trendů, k čemuž je forma příspěvkové organizace velice omezující,
- analýza Value Added prokázala, že úspory na daních budou po transformaci činit minimálně 10 mil. Kč ročně,
- díky rostoucím příjmům ze Staroměstské radnice (pozn. potažmo Petřína) bude PCT schopno profinancovat veškeré své běžné výdaje bez potřeby finančních zdrojů z rozpočtu HMP,
- instituce a.s. je v očích obchodních partnerů považována za daleko prestižnější oproti příspěvkové organizaci,
- systém platů v rámci příspěvkové organizace neumožňuje narovnat odpovídajícím způsobem odměňování fundovaných specialistů v oboru marketingu
- další výhodou je přesná definice představ a zájmů města pomocí objednávek.

### **Transformace by měla proběhnout v následujícím časovém harmonogramu:**

Založení společnosti k 1. 7. 2018

Postupné převádění činností na a.s. do 30.6.2019 s tím, že 1.1.2019 bude kontrolním termínem stavu transformace a převodu činností. K tomu datu bude Radě HMP předložena podrobná zpráva o stavu transformace.

Na základě Komplexního posouzení současného stavu příspěvkové organizace Pražská informační služba (přílohou č. 1 důvodové zprávy) vypracovaného na přelomu roku 2017 – 2018 firmou VALUE ADDED, a.s. bylo doporučeno transformovat příspěvkovou organizaci na akciovou společnost. Důvody jsou podrobně popsány v této zprávě.

**Zastupitelstvu se předkládá návrh založení obchodní společnosti Prague City Tourism, a.s. se základním kapitálem ve výši 50 mil. Kč a se 100 % účastí hl.m. Prahy na základním kapitálu dle § 59 odst. 2 písm. i) zákona č. 131/2000 Sb., o hlavním městě Praze, ve znění pozdějších předpisů.**

**Základní kapitál bude rozdělen na 50 000 ks (slovy: padesáttisíc) kmenových akcí o jmenovité hodnotě akcie 1000,- Kč (slovy: jeden tisíc korun českých). Všechny akcie společnosti budou cennými papíry na jméno.**

**Přílohou č. 1 usnesení jsou stanovy nově vzniklé společnosti a přílohou č. 2 usnesení je rozpočtové opatření.**

**Přílohou č. 1 důvodové zprávy je Komplexní posouzení současného stavu příspěvkové organizace Pražská informační služba zpracované firmou VALUE ADDED, a.s.**

**Přílohou č. 2 důvodové zprávy je Posouzení vybraných dopadů transformace organizace Pražská informační služba – Prague City Tourism zpracované firmou EURO-TREND, s.r.o.**

### **Definice veřejného zájmu v oblasti cestovního ruchu – harmonizace se zájmy HMP**

**Problémy k řešení v rámci veřejného zájmu v kontextu cestovního ruchu jako významného ekonomického, sociálního a společenského aspektu rozvoje HMP.**

V současné době je příjezdový cestovní ruch obecně elementem, který prochází hlubokými strukturálními, společenskými i ekonomickými změnami – zejména s nástupem nových distribučních kanálů a marketingových nástrojů. K tomu je nutno připočítat až překotný rozvoj letecké dopravy, globalizaci ve smyslu zpřístupňování vzdálených cílů, a v důsledku poměrné ekonomické stability v Evropě i zpřístupnění cestování stále většímu okruhu obyvatelstva. Logickým důsledkem toho vývoje je pak turistifikace jednotlivých destinací, které nejen ztrácejí autenticitu a atmosféru, ale potýkají se i ve zvýšené míře s řadou běžných infrastrukturních problémů, což generuje napětí mezi návštěvníky a rezidenty.

Hlavní město Praha je významnou evropskou turistickou destinací s trvalým navyšováním příjezdů. V roce 2016 zaznamenalo město přes 7 mil. turistů, v roce 2018 se očekávána 7,5 mil. Je nutno upozornit, že tato čísla se vztahují k oficiální statistice ubytování, reálně se předpokládá ještě o 1. mil. turistů více v alternativních ubytovacích zařízeních. Cestovní ruch je zároveň významnou hospodářskou komoditou v rámci HMP, tvoří cca 5% celkového HDP hlavního města a 1,1,% HDP České republiky.

Stejně jako jiná evropská historická města ( Benátky, Florenci, Amsterdam) je Praha na hranici únosnosti turistických příjezdů a je v zájmu HMP a jeho obyvatel, aby další vývoj turismu v Praze byl koordinován, modifikován a ovlivňován profesionální organizací – destinačním managementem, který bude schopen vybalancovat protichůdné zájmy jednotlivých hráčů, vhodnými prostředky usilovat o usměrnění počtů, pohybu, chování i ekonomického přínosu turistů v Praze včetně jejich soužití s rezidenty, a který bude spojovacím článkem mezi potřebami průmyslu cestovního ruchu a zájmy HMP v této oblasti a v souladu se Strategickým plánem HMP.

Zlaté pravidlo cestovního ruchu praví, že tam, kde je dobře domácím je dobře i návštěvníkům. Pro jeho realizaci a potvrzení jeho pravdivosti je však třeba nemalého úsilí.

## **Bezpečnost.**

Nejrizikovějším faktorem je v současné době ohrožení bezpečnosti destinace. Po teroristických útocích v Paříži, klesly příjezdy okamžitě o 10%, po hurikánu v oblasti Karibiku, kdy se zhroutila celá infrastruktura, klesly příjezdy na minimum (nicméně tyto státy proti obecnému přesvědčení nejsou plně závislé na CR, ale na finančních službách) a v Barceloně po politických demonstracích klesl počet turistů okamžitě o 12%. Proto je v první řadě je v zájmu HMP, obyvatel města i návštěvníků, aby Praha byla bezpečným městem. Zatím tomu tak je, přesto je nutno nepodceňovat zajišťování hromadných akcí, aktivně spolupracovat s příslušnými orgány na likvidaci drobné kriminality a vhodnými prostředky informovat turisty o případných hrozbách.

## **Udržitelnost**

Praha stejně jako řada dalších měst již v této chvíli bojuje o zachování nejen své autenticity a atmosféry, která se vytrácí se zvyšujícím se počtem turistů, což už bylo zaznamenáno v ohlasech návštěvníků města. Turistifikace, zejména v oblasti PPR má přímý negativní vliv na bezproblémový chod i v nejběžnějších záležitostech infrastruktury – ať se jedná o dopravu, čistotu, bezpečnost, obchodní síť, či vyliďňování centra. Z toho je zřejmé, že stoupá i napětí mezi rezidenty, kterých se zdánlivě netýká ekonomický přínos cestovního ruchu a těmi, kteří jsou na něm ekonomicky zainteresováni a turisty samotnými, kteří si na přelidněnost na hlavních pražských trasách stěžují. Je v obecném zájmu tuto situaci řešit, nabízí se především nabídnout turistům atraktivní cíle mimo centrum města, včetně zajímavých ubytovacích kapacit a podpořit jejich příjezdy v době mimo hlavní sezónu speciálními nabídkami či programy.

Nadále již není možné ponechat příjezdový turismus, který stále více ovlivňuje život rezidentů ve městě i jeho návštěvníků živelnému rozvoji, k němuž toto odvětví inklinuje. Je tedy ve veřejném zájmu podporovat jednak udržitelnost cestovního ruchu ve městě a zároveň pracovat s jeho ekonomickým přínosem, který poslouží rozvoji dalších neziskových aktivit a služeb. Jedná se o nalezení kompromisu mezi rozvojem cestovního ruchu a zájmem destinace, pro níž, v případě Prahy, je klíčová nejen udržitelnost ochrany PPR, ale i udržitelnost zájmu o město jako turistickou destinaci první kategorie.

## **Ekonomika**

S tím souvisí i větší informovanost rezidentů o ekonomických přínosech příjezdového turismu. Pravděpodobně nestačí jen konstatovat, že Praha je nejvýznamnější českou turistickou destinací. Nejen svou návštěvností přes 7 milionů turistů ročně, ale i ekonomickým přínosem jak do státního tak i městského rozpočtu. Praha ročně přináší do státního rozpočtu cca 33 miliard korun, což je více než třetina, z celkových přínosů cestovního ruchu v ČR (Czechtourism 2015). Příjmy z turismu ve městě pak činí téměř 280 mil. (za rok 2016). Je v zájmu jak města tak ekonomických subjektů finanční přínosy z turismu navyšovat, nikoli však extenzivně, tedy nárůstem počtu turistů a návštěvníků Prahy, ale hledáním a nabízením vyšší kvality. Rovněž je nutno dořešit vztahy s nejrůznějšími nově vznikajícími platformami sdílené ekonomiky, kde dochází k úniku finančních prostředků nejen v rozpočtu města, ale i státu.

## **Priority PCT a.s. v oblasti harmonizace zájmů HMP v oblasti cestovního ruchu.**

Koordinace v oblasti příjezdového turismu v Praze musí probíhat na základě dlouhodobých zájmů města v této oblasti tak, aby příjezdový cestovní ruch do Prahy zůstal významným ekonomickým činitelem pro rozpočet města i státu, nicméně za podmínek, které sloučí zájmy všech hráčů na tomto poli – to znamená jak města tak rezidentů, podnikatelů i samotných turistů.

### **a) Propagace a marketing města jako turistického cíle v konkurenčním prostředí významných světových destinací.**

Jde nejen o marketing v době konjunktury, ale i o tvorbu krizových plánů pro krátkodobé či dlouhodobé období recese, vzhledem k tomu, že cestovní ruch je průmyslem, který reaguje na podněty zvenku rychle a velmi citlivě, což znamená, že konjunktura nemusí trvat navždy. Významným příkladem byla ekonomická krize v roce 2009, předtím teroristický útok na dvojčata v New Yorku, kdy nešlo jen o cestování do USA, ale o celkový pokles v letecké dopravě. A pak jsou tu vlivy lokální, přírodní, ale i společenské – stávky, přírodní katastrofy, které neovlivňují příjezdový turismus dlouhodobě globálně, ale lokálně je nelze podcenit nebo ignorovat.

V krátkodobé perspektivě pak důsledně řešit sezónnost příjezdového turismu, opatřeními, která nabídnou rozložení příjezdů ze zahraničí do tzv. mimosezóny, což zajistí rovnoměrnější obsazení ubytovacích kapacit a zajistí časově větší rovnoměrnost zaměstnanosti v oboru.

### **b) Cílové trhy**

Soustředění na cílové trhy- je nutno začít výrazně rozlišovat mezi zdrojovými trhy a způsoby marketingu na nich. Jde především o opakovanou návštěvnost turistů, koordinaci s dopravními společnostmi (letecké, autobusové, vlakové), pobídky zejména na evropském trhu, který je ro Prahu stále klíčový, co se týče zámořských trhů cílit především na delší dobu pobytu s adekvátní nabídkou.

### **c) Pohyb turistů na území HMP**

Dalším elementem, který přispěje ke zmírnění napětí mezi rezidenty a turisty v nejméně exponovaných městských částech je rozptýlení turistů mimo centrum města, což je výhodné jak pro centrum, kterému se uleví a zároveň může přispět k obsazenosti ubytovacích kapacit a jejich případnému rozvoji v okrajových částech města. Vhodným nástrojem pro tento cíl bude i zavedení Prague Visitor Pass, který bude nabízet volné vstupy nebo slevy do památek a atrakcí a zahrne jízdné do MHD.

### **d) Změna charakteristiky příjezdové klientely.**

Vzhledem k růstu příjezdového turismu, je nezbytně nutné ovlivňovat motivaci příjezdů turistů směrem k náročnější a tedy i movitější klientely. To vyžaduje jednak tvorbu exkluzivních produktů tak, aby Praha mohla dosáhnout i na klientelu nejvyšší. To znamená koordinaci všech hráčů v oblasti infrastruktury, zejména v ubytování, stravování a v neposlední řadě kultury a jejich současných trendů.

Cíleně podněcovat k realizaci kulturních akcí, které budou zajímavé pro rezidenty, ale které se zároveň stanou motivací pro turistické příjezdy. V současné době se jedná o 7 akcí, lze uvažovat o zařazení i dalších, zejména v oblasti mimosezóny.

Kandidovat na pořádání sportovních akcí v součinnosti se sportovními svazy.

Posílit kongresové a konferenční nabídky aktivně kandidovat na konání nejen asociačních, ale i komerčních akcí, v rámci celého oboru MICE (výstavy, veletrhy, velké akce různého charakteru), a koordinovat tuto činnost s dalšími městskými společnostmi – Výstaviště, Kongresové centrum, Obecní dům i s komerčními subjekty ať již jde o PCO, DMC, hotely apod.

**V následujícím textu je důvodová zpráva transformace příspěvkové organizace Pražská informační služba na akciovou společnost Prague City Tourism a.s. zpracovaná společností ADDED VALUE, a.s..**

## **1. Charakteristika stávající příspěvkové organizace**

### **1.1 Historie**

Praha si již v 1947 zřídila propagační pracoviště po vzoru francouzské informační služby. V roce 1953 začal vycházet měsíčník Přehled kulturních pořadů v Praze, který PIS hned po svém vzniku převzal.

Pražská informační služba byla založena s účinností ke dni 1. 1. 1958 jako samostatně kulturně-informační a vzdělávací zařízení pro podporu cestovního ruchu. Jako příspěvková organizace je PIS vedena od 1. 7. 1973.

Hlavním posláním bylo a je poskytovat informace a zajišťovat služby cestovního ruchu. V roce 1989 bylo otevřeno středisko na Hlavním nádraží, roku 1991 bylo k útvaru připojeno středisko na Staroměstském náměstí. Od roku 1995 bylo otevřeno informační centrum v Malostranské mostecké věži, od roku 2007 i infocentrum v Rytířské ulici.

V roce 1995 byly spuštěny internetové stránky [www.pis.cz](http://www.pis.cz).

V lednu roku 2015 byla zavedena obchodní značka Prague City Tourism (PCT).

V posledních letech se PIS změnila v marketingovou společnost propagující hlavní město Prahu.

### **1.2 Předmět činnosti**

Z širšího pohledu je předmětem činnosti:

- a) přilákat návštěvníky Prahy,
- b) eliminovat negativní dopady turistického ruchu soustředěného jen na hlavní turistické atrakce,
- c) poskytnout návštěvníkům odpovídající servis.

Pražská informační služba je tedy marketingovou organizací, jejímž hlavním posláním je péče o rozvoj domácího i zahraničního cestovního ruchu v české metropoli. Tradičními úkoly organizace jsou poskytování profesionálních informací o nabídce cestovního ruchu v Praze, zprostředkování turistických služeb stávajícím i potenciálním návštěvníkům hlavního města, organizace vzdělávacích cyklů o historii a současnosti města pro odbornou i laickou veřejnost či zajištění návštěvnického provozu historického objektu Staroměstská radnice. Stěžejní činností organizace je propagace a marketing Prahy pro rozvoj domácího a zahraničního cestovního ruchu v České republice i v zahraničí. PIS je aktivním manažerem cestovního ruchu a moderní servisní organizací.

### 1.3 Hospodaření PO

Dosavadní hospodářské výsledky PO:

Vývoj hospodaření	tis. Kč		
	2014	2015	2016
Výnosy	143 809	150 053	176 716
Náklady	132 894	135 219	153 100
Zisk před zdaněním	10 915	14 834	23 616
Daň z příjmů	10 458	12 353	18 479
Zisk po zdanění	457	2 481	5 137

Z tabulky jsou zřejmé pozitivní trendy. Zvyšují se výnosy, zvyšuje se i zisk.

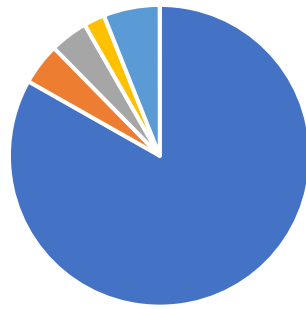
#### *Hospodářský výsledek 2014 - 2016 (v tis. Kč)*

		2014	2015	2016
hlavní činnost	HV před zdaněním	10 229	11 746	17 556
	Daň z příjmů	10 230	11 746	17 555
	HV po zdanění	-1	0	1
vedlejší činnost	HV před zdaněním	686	3 088	6 060
	Daň z příjmů	228	607	924
	HV po zdanění	458	2 481	5 136
CELKEM	HV po zdanění	457	2 481	5 137

Hospodářský výsledek hlavní činnosti je ve všech obdobích nulový. Příspěvek od zřizovatele je po zaúčtování všech operací korigován na potřebnou úroveň, tj. tak, aby bylo hospodaření hlavní činnosti vyrovnané. Hospodářský výsledek po zdanění za celou PIS je tak dán hospodářským výsledkem z vedlejší činnosti.

Dominantním příjmem PIS je vstupné na Staroměstské radnici:

## Podíly na celkové hrubé marži



- Vstupné SMR
- Marže na Prague Card
- Průvodcovské služby, vycházky
- Pronájem
- ostatní

Pozitivní vývoj vlastního hospodaření se promítá v postupně se snižujícím příspěvku od HMP, tj. od zřizovatele. Hodnoty uvádí následující tabulka (v tis. Kč).

	2014	2015	2016
Příspěvek od zřizovatele	66 301	27 110	22 132

Hospodářské výsledky za rok 2017 ještě nejsou definitivně uzavřeny, ale s ohledem na zvýšení vstupného na Staroměstské radnici budou výsledky lepší, než v roce 2016.

## 2. Návrh transformace

### 2.1 Důvody navrhované transformace

Pro transformaci příspěvkové organizace do podoby obchodní společnosti hovoří řada skutečností.

PIS se pohybuje v prostředí, které je charakterizováno dynamickým vývojem. Cestovní ruch výrazně roste celosvětově a v Praze obzvláště. Marketing je obor, jehož rozvoj je velice bouřlivý. Pokud se má PIS pohybovat v tomto prostředí, musí vytvořit pružnější strukturu umožňující sledování a naplňování stávajících i budoucích trendů. Forma PO je v tomto ohledu velice omezující.

S dynamikou rozvoje oboru souvisí i to, že v oboru marketingu pracují fundovaní specialisté, kteří jsou odpovídajícím způsobem odměňováni. PIS takovými odborníky také disponuje, jejich odměňování je však výrazně horší (jak prokázala analýza společnosti VALUE ADDED). Systém platů v rámci PO neumožňuje mzdy narovnat. Bez narovnání platové úrovně špičkových specialistů hrozí jejich odchod a postupné omezování činnosti PIS.

Jedním z hlavních důvodů navrhované transformace PIS na a.s. jsou ekonomické úspory. Analýza VALUE ADDED prokázala, že úspory na daních budou po transformaci na a.s. činit minimálně 10 mil. Kč ročně.

Neméně důležitou je i otázka výběrových řízení. Pokud bude PO transformována do a.s. „ve veřejném zájmu“, a takováto transformace je navrhována, tak bude moci HMP zadávat zakázky do budoucí a.s. v režimu „in-house“.

Důležitým faktorem je i budoucí samofinancovatelnost a.s. Díky rostoucím příjmům ze vstupného na SMR bude a.s. schopna profinancovat veškeré své běžné výdaje bez potřeby finančních zdrojů z rozpočtu HMP.

V neposlední řadě je třeba uvést, že instituce a.s. je v očích obchodních partnerů považována za daleko prestižnější oproti příspěvkové organizaci.

## 2.2 Posuzované aspekty

Při zvažování transformace na a.s. byla posuzována řada aspektů. Níže uvádíme nejdůležitější z nich, vč. závěrů.

Z existujících typů obchodních společností byla doporučena akciová společnost, a to vzhledem na velikost společnosti a potřebné kapitálové vybavení.

Akciová společnost může být založena jako čistě obchodní společnost nebo jako společnost zřízená ve veřejném zájmu. Zvolena byla společnost ve veřejném zájmu, a to proto, že je z principu potřebné, aby nová a.s. plnila potřeby HMP, tj. potřeby ve veřejném zájmu. Navíc tento typ a.s. dává možnost zadávat zakázky nové společnosti ze strany HMP v režimu in-house.

Posuzována byla ekonomická výhodnost přechodu z PO na a.s. Závěr je již zmíněn v předchozím bodu: transformace na a.s. přinese minimálně 10 mil. Kč daňových úspor ročně.

Analýza mzdové úrovně zaměstnanců zjistila, že specialisté v oblasti marketingu jsou v PIS odměňováni o cca 15 % hůře oproti odměňování této profese v pražské mzdové sféře. Ještě markantnější rozdíl je u vedoucích pracovníků v oblasti reklamy a služeb, kde diference dosahuje až 50 %. Přínosem a.s. by tedy byla možnost odměňovat odborníky na srovnatelné úrovni. Úkolem vedení a.s. bude, aby zvýšené náklady související se zlepšeným odměňováním pokrylo lepšími hospodářskými výsledky, např. formou hmotné motivace rozhodujících zaměstnanců na zlepšených hospodářských výsledcích.

Z hlediska rozsahu činnosti budoucí a.s. byly posuzovány následující aspekty:

- Příjmy ze vstupného na Staroměstskou radnici tvoří ekonomický pilíř PIS. I ekonomika budoucí a.s. se bude opírat především o tyto příjmy.
- Správu všech objektů vlastněných HMP a pronajímaných příspěvkovým organizacím nebo dceřiným společnostem zajišťuje příslušný odbor HMP. Je správné, aby toto bylo zachováno i v případě transformace PISu na a.s.
- Zvažováno bylo i začlenění Petřína (Petřínská rozhledna + Zrcadlové bludiště Petřín) a dalších věží do nové a.s. Principiálně je toto řešení správné, provozování těchto objektů souvisí s činností PIS. Přesto se, vzhledem k značné administrativní náročnosti, nedoporučuje toto začlenění realizovat současně se vznikem nové a.s., ale až proběhne základní transformace stávajících činností.
- PIS v současné době zajišťuje distribuci a prodej turistické karty Prague Card soukromého vydavatele. V červnu 2017 schválila Rada HMP projekt nové víceúčelové turistické karty. PIS (nová a.s.) by měla zajišťovat nejen distribuci a prodej této nové



turistické karty (Prague Pass), ale i organizační stránku, tj. smluvní zajištění s jednotlivými poskytovateli služeb a kompletní marketing.

- Transformace PIS do formy akciové společnosti umožní též vytvořit prostor integrovat v budoucnu i kongresový turismus do PISu.

V oblasti zadávání veřejných zakázek existují dva možné modely. Preferovanou možností je založení a.s. ve veřejném zájmu. V tomto případě zadává HMP zakázky a.s. v režimu in-house, avšak a.s. musí při zadávání zakázek svým dodavatelům postupovat podle ZZVZ. Druhou možností je založení a.s. jako běžné obchodní společnosti. V takovém případě budou muset být zadávány zakázky ze strany HMP nové a.s. v režimu zákona o zadávání veřejných zakázek (ZZVZ). Naopak nová a.s. by pod režim ZZVZ při zadávání zakázek svým dodavatelům nespádala.

Byla také provedena analýza oblasti budoucích finančních toků mezi HMP a a.s. Vzhledem k očekávanému přebytkovému hospodaření a.s. se jako nejvhodnější forma jeví nastavení nájemného SMR na tržní úroveň. Pachtovné (nájemné) bude zohledňovat výši příjmů ze vstupného a bude kvantifikováno znaleckým posudkem. Opačné finanční toky, tj. ze strany HMP do a.s. budou dvojího druhu. Běžné činnosti související se zajišťováním propagace HMP budou hrazeny paušální částkou, která bude započítána proti zmiňovanému pachtovnému (nájemnému). Na speciálně zaměřené projekty budou uzavírány samostatné smlouvy. V případě nutnosti může HMP nové a.s. poskytnout i účelovou dotaci, ale jen do výše dle pravidel „de minimis“. Tento způsob uvádíme jen pro úplnost, protože by vzhledem k výše uvedenému omezení nic podstatného neřešil.

### **2.3 Návrh transformace**

Je navrhováno založení nové akciové společnosti s názvem Prague City Tourism a.s. (PCT) a to ve veřejném zájmu. Veřejný zájem je stručně definován ve stanovách. Stanovy jsou obsahem přílohy č. 1 usnesení. Podrobná definice veřejného zájmu je obsahem důvodové zprávy. Základní kapitál je navrhován ve výši 50.000.000 Kč. Je navrhován, tzv. německý model řízení, kdy dozorčí rada jmenuje a odvolává představenstvo. Je navrhováno 5 členů dozorčí rady a 3 členové představenstva.

PCT a.s. nebude vlastnit nemovitosti, které zůstanou ve vlastnictví HMP. Nemovitosti budou PCT propachtovány na základě smlouvy o pachtu. Běžné činnosti zajišťující propagaci a marketing HMP budou a.s. hrazeny paušální částkou. Za tímto účelem bude uzavřena správcovská smlouva nebo bude tato část součástí smlouvy o pachtu.

Na každou speciální marketingovou akci či na jiný požadavek ze strany HMP bude zadána samostatná veřejná zakázka v režimu in-house.

Nová a.s. bude založena k 1.7.2018. V průběhu druhého pololetí 2018 bude detailně připravena kompletní transformace příspěvkové organizace PIS do a.s. PCT. V rámci transformace přejdou do nové a.s. všichni zaměstnanci i veškeré dosavadní činnosti PO.

### **3. Ekonomické vyhodnocení transformace**

#### **3.1 Jednorázové náklady na provedení transformace**

##### **3.1.1 Náklady spojené se vznikem a zápisem společnosti**

Jedná se o náklady spojené se sepsáním stanov nové společnosti, náklady na notáře a náklady na poplatky související se zápisem akciové společnosti do obchodního rejstříku. Celkově lze odhadnout náklady spojené se vznikem a zápisem společnosti na hodnotu do cca 100 tis. Kč.

##### **3.1.2 Náklady na znalecké posudky**

V souvislosti se vznikem nové společnosti bude nutno zpracovat minimálně tři znalecké posudky.

Prvním znaleckým posudkem bude posudek, který stanoví tržní hodnotu pachtovného (nájemného) za pacht (pronájem) Staroměstské radnice.

Druhým znaleckým posudkem bude posudek, kterým se stanoví odměna a.s. za běžné činnosti prováděné pro HMP. Jedná se o bezplatně poskytované informace a služby pro turisty z rozhodnutí HMP a o náklady na propagaci a marketing HMP (v rozsahu hlavní činnosti stávající příspěvkové organizace).

Třetím znaleckým posudkem bude posudek, který stanoví tržní hodnotu movitého majetku, který dosud užívá příspěvková organizace, a který bude užívat nová a.s. Tento majetek bude do nové a.s. buď vložen do základního kapitálu nebo prodán (v případě „nízké“ hodnoty majetku je uvažován prodej, v případě vyšší hodnoty pak administrativně složitější vklad do základního kapitálu a.s.).

Náklady na zpracování znaleckých posudků lze odhadnout na cca 200 tis. Kč.

##### **3.1.3 Náklady na existenci „zbytkové“ příspěvkové organizace**

Po převodu zaměstnanců a činností na novou a.s. (předpoklad je k 1.1.2019) bude muset ještě po určitou dobu existovat zbytková příspěvková organizace. PO bude muset dořešit záležitosti které nebylo možné převést nebo předat na novou a.s. Zbytková PO bude muset např. vyinkasovat pohledávky a zaplatit závazky existující k 31.12.2018, dořešit převody smluv, splnit povinnosti vůči finančnímu úřadu, správě sociálního zabezpečení, zdravotním pojišťovnám a dalším státním institucím.

Náklady na existenci zbytkové příspěvkové organizace lze odhadnout na cca 240 tis. Kč.

#### **3.2 Ekonomické dopady po provedené transformaci**

Propoččet hlavních ekonomických dopadů po provedení transformace PO na akciovou společnost provedl ekonomický poradce. Z jeho propočtů vyplývá pozitivní přínos související s jinými daňovými pravidly pro PO a jinými pro a.s.

V oblasti DPH by mělo dojít k jejímu navýšení o cca 4 mil. Kč ročně. Naopak, v oblasti daně z příjmů by mělo dojít k jejím úsporám v rozsahu cca 14,8 mil. Kč ročně. Celkové ekonomické dopady transformace jsou tak pozitivní a to ve výši přesahující 10 mil. Kč.

Všechna data jsou počítána ze skutečných hospodářských výsledků za rok 2016. Vzhledem k očekávanému zvýšení tržeb a zisků PIS budou reálné přínosy transformace vyšší.

### 3.3 Podnikatelský záměr a.s.

Reálné fungování a.s. v plném rozsahu je předpokládáno od 1.1.2019.

Podnikatelský záměr a.s. na rok 2019 vychází z předpokladu, že na a.s. bude převedena veškerá činnost, kterou dosud zajišťovala příspěvková organizace. Všechny případné nové další aktivity, jako jsou provozování Petřina, provozování dalších věží, distribuce, prodej a organizační zajištění nové turistické karty či komplexní řešení kongresového turismu, se nebudou týkat roku 2019, ale až dalších let. A to navíc pouze v případě, že o rozšíření předmětu podnikání a.s. bude ze strany HMP rozhodnuto.

V podnikatelském záměru na rok 2019 se tak promítá především dosavadní hospodaření příspěvkové organizace. Dále jsou do podnikatelského záměru promítnuty skutečnosti uváděné výše, tj.

- zvýšení vstupného v SMR,
- daňové konsekvence,
- tržní pachtovné (nájemné) SMR,
- paušální úhrada běžných činností zajišťujících propagaci a marketing HMP,
- vyrovnání mezd specialistů na tržní úroveň.

V nákladech i výnosech podnikatelského záměru je též zohledněna očekávaná výše obecné inflace.

Podnikatelský záměr je zpracován ve dvou variantách. Základní varianta počítá jen s běžným rozsahem marketingových a propagačních činností. Tzn. je bez speciálních marketingových projektů. Do druhé varianty jsou zařazeny speciální marketingové projekty. Jelikož nyní není známo, které konkrétní projekty si bude HMP u a.s. objednávat, a není tím pádem znám ani jejich finanční rozsah, bylo do podnikatelského záměru pouze modelově dáno 30 mil. Kč.

#### Plán roku 2019 v základní variantě

<b>Náklady</b>	mil. Kč	<b>Výnosy</b>	mil. Kč
Náklady na zboží	55,0	Tržby za zboží	60,8
Nájemné HMP	105,0	Vstupné SMR	150,5
Speciální projekty	0,0	Tržby za spec.projekty	0,0
Materiál a služby	21,0	Paušál HMP	20,0
Osobní náklady	50,5	Ostatní výnosy	17,7
Odpisy	4,2		0,0
Ostatní náklady	9,1		0,0
Daň z příjmů	0,8		0,0
<b>CELKEM</b>	<b>245,6</b>	<b>CELKEM</b>	<b>248,9</b>
		zisk	3,3

Položky „Nájemné HMP“ a „Paušál HMP“ (za běžné činnosti zajišťující propagaci a marketing HMP) jsou odhadnuty. Jak je řečeno výše, na obě položky bude nutné zpracovat znalecký posudek. Z předběžné konzultace se znalci vyplývá, že uvedené odhady by měly zhruba odpovídat realitě.

Hospodaření a.s. lze tedy očekávat jako mírně ziskové, společnost bude ze svých příjmů schopna pokrýt veškeré své výdaje.

Celková bilance finančních toků je ze strany HMP pozitivní. Příjmy od a.s. za pachtovné (nájemné) jsou o cca 85 mil. Kč vyšší než jsou výdaje HMP za propagační a marketingovou činnost.

#### Plán roku 2019 v druhé variantě

<b>Náklady</b>	mil. Kč	<b>Výnosy</b>	mil. Kč
Náklady na zboží	55,0	Tržby za zboží	60,8
Nájemné HMP	105,0	Vstupné SMR	150,5
Speciální projekty	30,0	Tržby od HMP za spec.projekt	30,0
Materiál a služby	21,0	Paušál HMP	20,0
Osobní náklady	50,5	Ostatní výnosy	17,7
Odpisy	4,2		0,0
Ostatní náklady	9,1		0,0
Daň z příjmů	0,8		0,0
<b>CELKEM</b>	<b>275,6</b>	<b>CELKEM</b>	<b>278,9</b>
		zisk	3,3

Náklady i výnosy této varianty se od základní varianty liší pouze v nákladech na speciální projekty a v tržbách za tyto projekty. Pokud si HMP objedná speciální marketingové projekty, tak by se to hospodářského výsledku a.s. nemělo nijak dotknout. Rozpočet HMP by v takovém případě byl zatížen výdaji na tyto projekty.