

# Analýza přínosů pražských oslav 115. výročí značky Harley-Davidson



# Obsah, upozornění

## Obsah

Manažerské shrnutí	3
Představení souvislostí připravované akce	5
Kalkulace ekonomického dopadu akce	14

### **Důležité upozornění**

*Práci na studii jsme započali 7. listopadu 2016 a ukončili 28. listopadu 2016. Od tohoto data jsme neučinili jakékoliv aktualizace této zprávy o jakékoliv další události či okolnosti.*

*V průběhu přípravy této studie jsme používali primární i sekundární zdroje informací. Primární zdroje byly zajištěny především prostřednictvím materiálů poskytnutých pořadající agenturou akce – Harley-Davidson Praha.*

*Sekundární sběr informací čerpal zejména z dat o turismu z Českého statistického úřadu (ČSÚ), České centrály cestovního ruchu – CzechTourism, informací získaných z webových stránek oficiálních akcí spojených se značkou Harley-Davidson a databází společnosti KPMG (např. TLT Benchmark). Zdroje pro konkrétní data vždy uvádíme v relevantní části dokumentu.*

*Musíme zdůraznit, že naše doporučení a závěry vycházejí z aktuální situace v uvedeném roce. V případě změny výchozích předpokladů doporučujeme zvážit aktualizaci zde uváděných závěrů. KPMG se spoléhala na správnost, úplnost, pravdivost a přesnost informací, které obdržela. Obchodní ani žádné jiné informace nám poskytnuté nebyly nezávisle ověřovány.*

*Tento dokument se odkazuje na „Analýzu KPMG“; jedná se o případy, kdy jsme provedli určité analytické procedury na základě dostupných informací, abychom byli schopni prezentovat výsledná data. Nelze nicméně vyloučit případné nesrovnalosti či zkreslení informací způsobené záměrným poskytnutím nepravdivých dat zdrojovými subjekty.*

*Tato práce nebyla předmětem auditu a neobsahuje tak stanovisko nezávislého auditora.*



# Manažerské shrnutí

# Manažerské shrnutí

## Souvislosti připravované akce

- Oslavy 115. výročí značky Harley-Davidson budou pro Prahu, Středočeský kraj i celou Českou republiku **unikátní akcí vzhledem k rozsahu, ekonomickým dopadům a cílové skupině akce**. Akce bude navazovat na předchozí úspěšný ročník v Římě (2013) a na další evropské akce spojené s touto značkou (např. H-D European Bike Week v Rakousku).
- Hlavním místem konání je **Výstaviště Praha Holešovice a další místa po Praze a středních Čechách** (především atraktivitu cestovního ruchu). Akce tak významně **posílí příjezdový turismus** a přiláká do ČR návštěvníky, na které necílí tradiční destinační marketing. Praha a Česká republika bude jako destinace cestovního ruchu **propagována prostřednictvím mnoha komunikačních kanálů** (rozhlasová média, tisk, sociální sítě, přímý marketing mezi zákazníky Harley-Davidson a další).
- Návštěvníci této akce patří převážně mezi zástupce sociální vrstvy s **nadprůměrnými příjmy a ochotou utrácet za kvalitní služby**. Jejich největší část tvoří **samotní řidiči a spolujezdcí, oslavy přilákají i významný počet návštěvníků bez motocyklu** (např. příbuzní řidičů, zájemci o motorismus apod.).
- **Rizika**, která jsou s pořádáním akce takových rozměrů spojena, **jsou průběžně monitorována a organizátoři je řídí pomocí preventivních opatření**. Jde především o předcházení dopravních komplikací, zajištění bezpečnosti a komunikaci s obyvateli Prahy.

## Kalkulace ekonomického dopadu akce

- Na základě analýzy se předpokládá příjezd až **100 000 návštěvníků**, z nichž více než **80 % bude zahraničního původu**. Průměrná denní spotřeba je na základě sekundárních výzkumů stanovena na **3 500 – 4 700** za osobu a den u zahraničního návštěvníka a **1 100 – 2 500 Kč** za osobu a den u domácího návštěvníka. Průměrná doba pobytu v České republice je vzhledem k typu návštěvníků (mezinárodní řidiči) stanovena na **3 – 5 dní** u zahraničních návštěvníků a **2 – 3 dny** u domácích návštěvníků (především řidičů a jejich spolujezdců).
- Největšími položkami ve spotřebě návštěvníků je **ubytování** (téměř polovina celkových nákladů) a **gastronomie** (až čtvrtina celkových nákladů). Dále se předpokládají výdaje na **dopravu, rekreaci, zboží a dary**. Celková ekonomická spotřeba (útrata) návštěvníků akce v ČR je odhadována na **1,2 mld. Kč**, což vyvolá dopad na **příjmy do veřejných rozpočtů České republiky ve výši 510 – 550 mil. Kč**.
- **Nenahraditelné přínosy** (vyvolané spotřebou zahraničních návštěvníků) **tvoří až 94 % příjmů do veřejných rozpočtů ČR**. Celková spotřeba návštěvníků vytíží **19 000 – 20 000 plných měsíčních pracovních úvazků** (jde o přepočtené na kumulované pracovní úvazky). Přínosy pro hl. město Prahu jsou na základě rozpočtového určení daní a místních poplatků vyčísleny na **26 – 28 mil. Kč**.



# Představení souvislostí připravované akce

# Oslavy 115. výročí značky Harley-Davidson jsou unikátní akcí pro Prahu, Středočeský kraj i celou Českou republiku.

## Oslavy 115. výročí značky Harley-Davidson

5. 7. – 8. 7. 2018

Výstaviště Holešovice, Praha

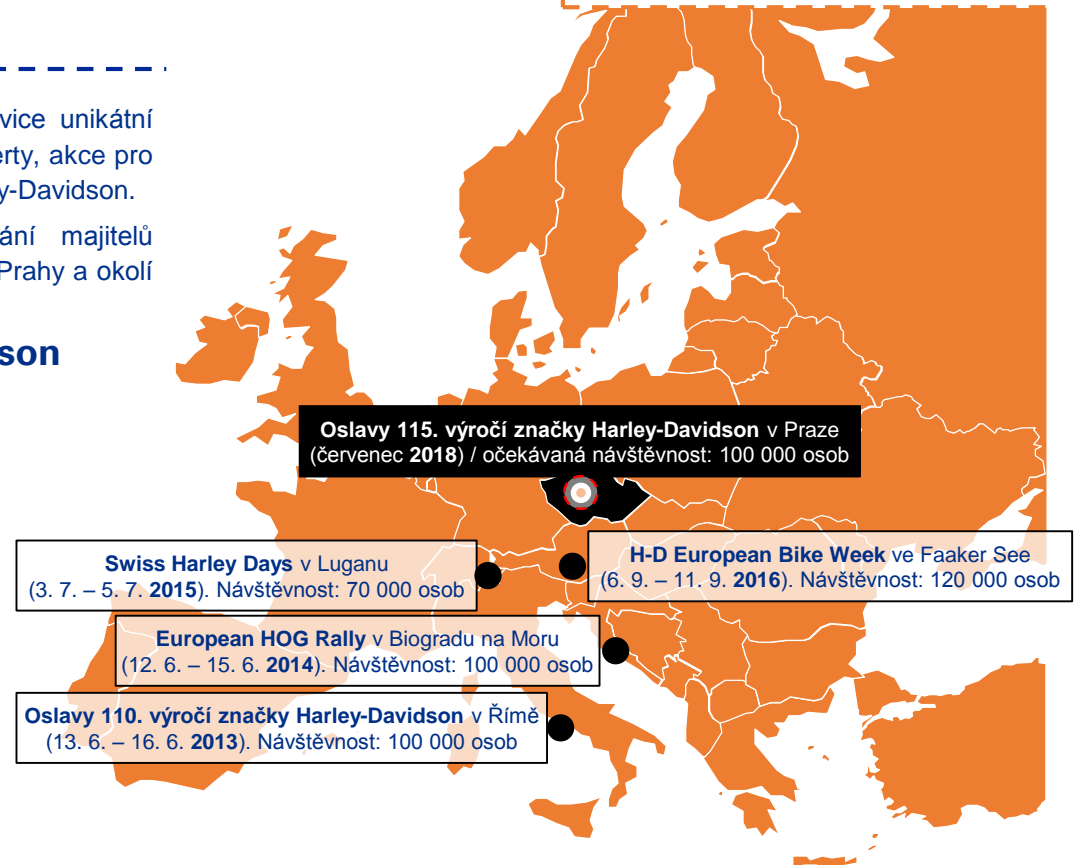
V červenci 2018 proběhne v areálu Výstaviště Holešovice unikátní přehlídka motocyklů spojená s dalším programem (koncerty, akce pro děti a další). Tato akce je organizována společností Harley-Davidson.

Cílem organizátorů je vytvořit příležitost pro setkání majitelů a příznivců motocyklů Harley-Davidson a přilákat tak do Prahy a okolí až **100 tis. návštěvníků**.

## Evropské akce spojené s Harley-Davidson

- V Evropě jsou každoročně pořádány akce spojené se značkou Harley-Davidson (H-D), jejichž návštěvnost se pohybuje řádově od tisíců do desetitisíců osob (např. v Praze se jedná o Prague Harley Days). Jde o profesionálně organizované akce s důrazem na hladký průběh a bezpečnost.
- Jednou za pět let je v Evropě pořádána unikátní oslava – výročí založení značky H-D. Na tuto akci se sjíždí fanoušci motocyklů z celé Evropy. V roce 2013 se tato událost konala v Římě, kam přijelo na 100 tis. návštěvníků (celkem 60 tis. motocyklů).
- Nejbližším evropským ročníkem je oslava 115. výročí Harley-Davidson v roce 2018, která se uskuteční právě v Praze.

Příklad významných evropských oslav spojených s Harley-Davidson



zdroj: Analýza KPMG, sekce Events na [www.harley-davidson.com](http://www.harley-davidson.com)

# Oslavy Harley-Davidson v Praze navážou na úspěšný ročník v Římě a na další evropské akce spojené s touto značkou.

## Oslavy 110. výročí značky Harley-Davidson v Římě



- Minulý ročník evropských oslav založení značky Harley-Davidson se uskutečnil v Římě během prodlouženého víkendu v červnu 2013.



**100 000**  
návštěvníků



**60 000**  
motocyklů



**35 zemí,**  
ze kterých se sjeli návštěvníci akce

- Hlavním programem akce byly **aktivity spojené přímo s motocykly** – výstavy, předváděcí jízdy, spanilé jízdy a další.
- V rámci akce byl také zrealizován Harley-Davidson park, jako **místo pro zábavní program a stánky s nabídkou občerstvení i dalších služeb**. Akce byla koncipována jako hudební festival s řadou podíí a hudebními kapelami.
- Akce proběhla **za podpory regionu Lazio, provincie Řím i Říma jako municipality** samotné. Vedle toho byla akce sponzorována řadou soukromých společností.

## Harley-Davidson European Bike Week ve Faaker See



- Jde o největší evropskou akci spojenou s Harley-Davidson, které se účastní desetitisíce návštěvníků. Ročník 2016 byl rekordní.



**120 000**  
návštěvníků



**70 000**  
motocyklů



**75 %**  
návštěvníků akce přijelo ze zahraničí

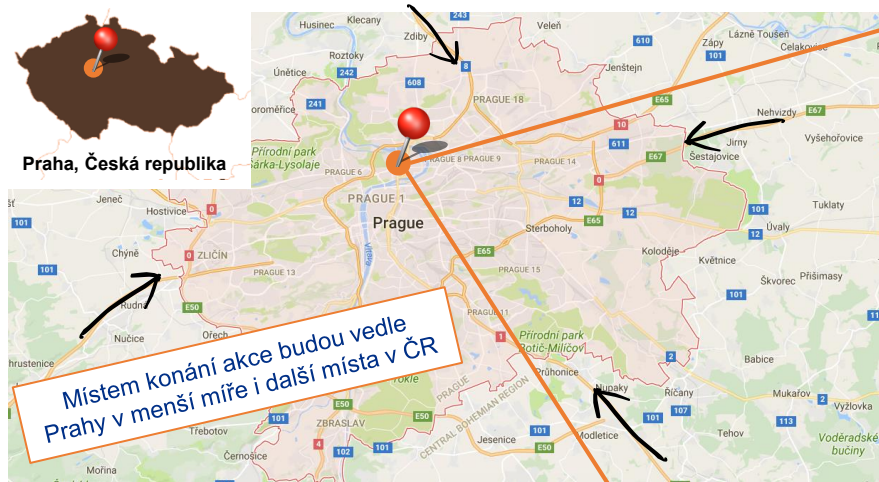
- Akce měla obdobný program jako oslavy v Římě a **proběhla za podpory spolkové země Korutany**. Vedle toho byla akce sponzorována řadou soukromých společností.
- S akcí ve Faaker See jsou spojeny i **Prague Harley Days** – akce koncipovaná jako zastávka pro zahraniční jezdce po cestě na European Bike Week v Rakousku.
- Prague Harley Days** jsou třídenní akcí, která se koná na holešovickém Výstavišti – tedy na stejném místě jako plánované oslavy 115. výročí Harley-Davidson.

- Oslavy Harley-Davidson jsou akce, které díky skladbě programu **lákají řadu unikátních návštěvníků** (tedy těch, kteří by velmi pravděpodobně do destinace jinak nepřijeli) a nejde pouze o fanoušky Harley-Davidson. Jde o návštěvníky, **na které není cílen tradiční destinační marketing**.
- Organizace oslav v menším měřítku **již byla na holešovickém Výstavišti několikrát vyzkoušena** (Prague Harley Days) a proběhla hladce.

zdroj: Analýza KPMG, sekce Events na [www.harley-davidson.com](http://www.harley-davidson.com)



# Hlavním místem konání je Výstaviště Praha Holešovice a další turisticky zajímavá místa po Praze a středních Čechách.



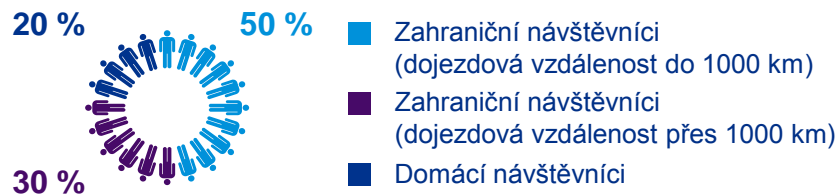
## Místa konání

- Hlavní část akce se odehraje v areálu Výstaviště Holešovice, tedy v širším centru Prahy v relativní vzdálenosti od obytných zón. Výstaviště je dobře dostupné jak veřejnou hromadnou dopravou, tak vlastním vozem/motocyklem.
- V areálu Výstaviště Holešovice bude využito **venkovních prostranství i krytých ploch** (pódium pro kulturní akce, relax zóna, dětský koutek, stánky obchodníků a další).
- Zároveň budou vybrána **další místa** po Praze a středních Čechách (celkem až 20 míst), která budou **součástí akce** (např. Karlštejn, Kutná Hora a další). Pro návštěvníky budou připraveny **organizované výlety** na tato místa.

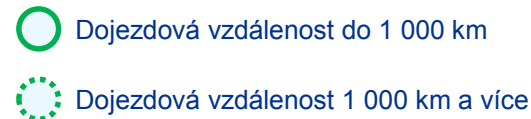
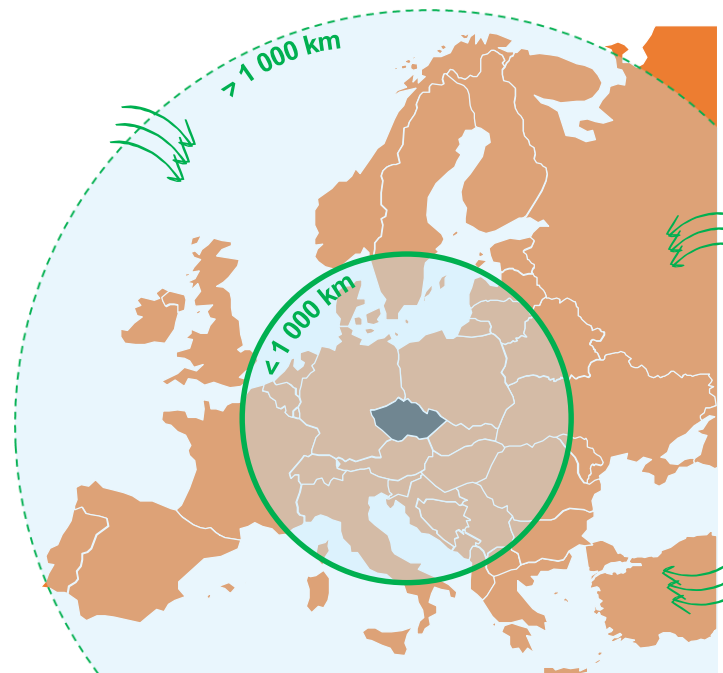


# Akce významně posílí příjezdový turismus. Přiláká do ČR návštěvníky, na které necílí tradiční destinační marketing.

- Cestovní ruch v Praze v posledních 5 letech stále roste co do počtu návštěvníků i počtu přenocování. **Významný podíl na růstu cestovního ruchu v Praze mají právě mezinárodní akce** (jako je např. Mistrovství světa v hokeji nebo kongresy konané v Praze). Na tyto akce jednorázově přijíždí desetitisíce návštěvníků ročně. Výhodou je, že jde často o návštěvníky, na které není zaměřena hlavní marketingová strategie a **je tak oslovena unikátní cílová skupina**.
- Na pražské oslavy 115. výročí značky Harley-Davidson **je v r. 2018 očekáván příjezd až 100 tis. návštěvníků** (na základě analýzy cílových skupin v Evropě a obdobných akcí spojených s H-D). Až z 80 % lze očekávat návštěvníky ze zahraničí a to především z dojezdové vzdálenosti do 1 000 km od Prahy. Pro zahraniční návštěvníky akce bude připraven **systém informačních stanovišť** na hlavních hraničních přechodech
- Návštěvníci, jejichž příjezd na oslavy lze nejčastěji očekávat **pocházejí ze strategických trhů** definovaných agenturou CzechTourism (tzv. TOP trhů a bonitních trhů). Segment těchto návštěvníků v r. 2018 doplní tradiční strukturu příjezdového turismu v Praze v letním období. Podle údajů o evropském trhu Harley-Davidson lze očekávat největší podíl návštěvníků především z Německa, Francie, Itálie, Švýcarska a Beneluxu. V menší, ale nezanedbatelné míře, lze očekávat turisty ze střední a východní Evropy.



## Spádová oblast návštěvníků



zdroj: Analýza KPMG, ČSÚ – příjezdový cestovní ruch, Česká centrála cestovního ruchu CzechTourism: Marketingový plán, data o velikosti evropského trhu Harley-Davidson

© 2016 KPMG Česká republika, s.r.o., a Czech limited liability company and a member firm of the KPMG network of independent member firms affiliated with KPMG International Cooperative ("KPMG International"), a Swiss entity. All rights reserved.

# Účastníci oslav patří převážně mezi zástupce sociální vrstvy s nadprůměrnými příjmy a ochotou utrácet za kvalitní služby.

- Majitelé motocyklů Harley-Davidson využívají organizovaných setkání typu oslav výročí značky jako **možnost k projížďce** (na cestě do pořadatelské země a především v pořadatelské zemi) a k **setkání s lidmi s podobnými zájmy a hodnotami**.
- Na velká setkání se sjíždějí příznivci značky z větší vzdálenosti a na delší dobu. **Program jednotlivých účastníků setkání je tedy do značné míry individuální** a počítá s více projížďkami a **navštěvou atraktivních míst po celé České republice**.
- Typický účastník se výročních setkání a podobných akcí účastní opakovaně. **Jedná se o finančně dobře zajištěného zástupce střední nebo vyšší společenské vrstvy**, který nejčastěji patří do **věkové skupiny od 30 do 50 let** a žije stabilním rodinným životem.

## Profil typického návštěvníka pražských oslav 115. výročí značky Harley-Davidson v r. 2018



- Do Prahy přijíždí ze zahraničí (nejčastěji v dojezdové době do 10 hodin).
- Nejčastěji jde o muže spadajícího do věkové skupiny od 30 do 50 let.
- Má ukončené středoškolské či častěji vysokoškolské vzdělání.
- Je ekonomicky aktivní, má vysoký disponibilní příjem, motocykl mimo jiné reprezentuje jeho sociální status. Má stabilní zaměstnání nebo podnikání.
- Žije stabilním rodinným životem v dlouhodobějším vztahu. Na sraz přijíždí ve skupině přátel nebo v páru.
- Nezděrá se utrácet peníze za kvalitní služby a zboží. Důraz na kvalitu je součástí jeho sebeprezentace.
- Jízda na motocyklu je pro něj primárně volnočasovou aktivitou, nikoliv každodenním prostředkem k dopravě.
- Akcí spojených se značkou Harley-Davidson se účastní opakovaně.
- Je společenský, rád se sdružuje a navštěvuje kulturní akce.

# Největší část návštěvníků tvoří samotní řidiči a spolujezdcí, oslavy přilákají i významný počet návštěvníků bez motocyklu.

## Řidiči motocyklů

- Na základě návštěvnosti oslav výročí značky Harley-Davidson v uplynulých letech a turistické atraktivitě Prahy lze očekávat **vysoký zájem o setkání v komunitě vlastníků motocyklů** Harley-Davidson a vysoký počet samotných řidičů na oslavách. **Příjezd řidičů je iniciován samotnou akcí**, což má v důsledku pozitivní vliv na počet turistů v Praze a jejím okolí (jde o unikátní návštěvníky, kteří by velmi pravděpodobně **bez oslav do Prahy nepřišli**).
- Účast na oslavách se z pohledu řidičů skládá z cesty na setkání, z pobytu a vyjížděk v místě oslav a návratu. Vzhledem k tomu, že skupiny řidičů budou přijíždět z různých míst, **projeví se pozitivně jejich příjezd (útrata, návštěva atraktivit) v různých regionech ČR. Nejvíce času ale řidiči stráví v Praze a Středočeském kraji**, kde také utratí nejvíce finančních prostředků.

## Návštěvníci bez motocyklu

- V místě oslav bude kromě samotných motocyklů možné sledovat **doprovodný program** (kulturní program, výstavy, rodinná zóna). Proto **lze očekávat vysokou návštěvnost** místa oslav (Výstaviště Holešovice) **tvořenou jak místními návštěvníky, tak návštěvníky**, kteří na setkání přicestovali **ze zahraničí** (nikoliv na vlastním motocyklu).
- Součástí tohoto segmentu návštěvníků setkání jsou zájemci o motocykly, **rodiny s dětmi a také rodinní příslušníci řidičů**, kteří necestují na motocyklu, ale jiným typem dopravy (letecky apod.).

## Spolujezdcí

- **Významnou část typických návštěvníků** setkání příznivců značky Harley-Davidson **tvoří páry, které se na akci dopravují dohromady**. Na setkání vyrazí samostatně nebo častěji v rámci větší skupiny příznivců značky, kteří se znají v rámci svého regionu a pravidelně se setkávají.
- **Vzhledem k mobilitě řidičů a spolujezdců lze očekávat, že se budou v individuálních skupinách ubytovávat v různých částech Prahy a Středočeského kraje**. To snižuje riziko přetížení (dopravní situace, omezení pro místní obyvatele, hluk) a naopak předpokládá **pozitivní přínosy (spotřeba řidičů a spolujezdců) v různých oblastech České republiky**.

## Organizátoři, interpreti, prodejci

- Vzhledem k velikosti setkání bude jeho bezproblémový **průběh a bezpečnost zajišťovat významný počet organizátorů**. V rámci setkání proběhnou **doprovodné akce** zajišťované samostatnými organizačními týmy. Na setkání bude dále navázáno **poskytování služeb a prodej zboží** v rozsahu odpovídajícímu velikosti akce.
- Šíře doprovodného programu, poskytovaných služeb a zboží bude významně ovlivňovat **objem ekonomické spotřeby (útraty) realizované návštěvníky oslav**.

# Praha jako destinace cestovního ruchu bude zaznívat ve spojení s oslavami a jejich partnery v mnoha komunikačních kanálech.

## Mediální propagace



- Mediální propagace akce a **místa jejího konání** (Praha a Česká republika) bude probíhat prostřednictvím tradičních komunikačních kanálů jako jsou rádio, internet i tištěná média.
- **Město Praha jako hostitel celé události se bude objevovat na domácích i zahraničních serverech** (především zájmových), v tištěných médiích (především časopisech o motorismu). Akce bude **spojována s místem konání textově i vizuálně**.
- Mediální propagace může sloužit jako **nástroj ke zvýšení povědomí o Praze** jako destinaci cestovního ruchu či přímo **jako motivační faktor k návštěvě setkání H-D**.

## Venkovní reklama



- Oslavy Harley-Davidson v Praze budou propagovány prostřednictvím reklamy na **veřejných prostranstvích v České republice i v zahraničí**.
- **Praha jako místo konání** bude prezentována jako místo konání – destinace cestovního ruchu, přičemž s akcí budou spojeny **atributy hlavního města** (název, logo, dominanta apod.). To podpoří image hlavního města mezi potenciálními návštěvníky.

## Strategická partnerství



- V rámci propagace akce se předpokládá **vytváření strategických partnerství** organizátora s národními i nadnárodními firmami a dodavateli (dodavatelé nápojů, pořadatelé doprovodného programu apod.).
- **Značka „Praha“** se tedy může dále objevovat v propagačních materiálech těchto partnerů a tím být **propagována jako destinace cestovního ruchu**.

## Komunikační kanály H-D



- Harley-Davidson má k dispozici několik komunikačních kanálů, které budou využity pro **celosvětovou** propagaci setkání H-D v Praze. Jedná se zejména o **web, facebookové stránky** (7,4 mil. fanoušků), **Instagram** (1,8 mil. fanoušků), **globální časopis** (přes 1 mil. odběratelů) či **emailovou databázi zákazníků**. Propagace bude dále vedena prostřednictvím obdobných **národních** komunikačních kanálů v zemích, kde má H-D významné postavení (Německo, Itálie, Anglie, Skandinávie).
- Prostřednictvím těchto kanálů je opět možné **propagovat cestovních v Praze vizuálně či textově**.

# Organizátoři akce monitorují rizika spojená s pořádáním akce a jsou připraveni je řídit pomocí preventivních opatření.

Identifikovaná rizika	Popis rizika	Preventivní opatření
<p><b>Omezení dopravy v Praze a České republice</b></p>	<p>Předpokládaná návštěvnost akce je cca 100 000 lidí během 4 dní (za celou dobu akce je očekáváno celkem 60 000 motocyklů). To může mít významný vliv na dopravu v Praze a okolí.</p>	<p>Ve spolupráci s policejními složkami bude vytvořena pracovní skupina pro plánování a koordinaci dopravy v souvislosti s akcí. Doprava bude zároveň koordinována již od hlavních hraničních přechodů, kde budou umístěny informační stanoviště podávající návštěvníkům základní informace o akci. Jako termín akce byl navíc zvolen prázdninový víkend, kdy lze očekávat, že řada Pražanů vycestuje z města.</p>
<p><b>Nedostatečná kapacita areálu pro akci</b></p>	<p>Předpokládaná návštěvnost je 100 000 lidí během 4 dnů, na což je areál Výstaviště kapacitně vybaven. Toto riziko bude řízeno především při konání hlavních akcí, při vysokém počet návštěvníků v místě.</p>	<p>Areál holešovického Výstaviště a sousedící park Stromovka poskytuje dostatečný prostor pro akci včetně potřebné infrastruktury (parkoviště). Lokalita byla vybírána s cílem zajistit komfort návštěvníků.</p>
<p><b>Nezajištění dostatečné bezpečnosti návštěvníků</b></p>	<p>Na akcích s vysokou návštěvností je nutné zajistit bezpečnost návštěvníků a aktivně předcházet rizikovým situacím. V opačném případě je ohrožena nejen reputace akce, ale i místa konání.</p>	<p>Organizátoři při plánování akce spolupracují s policejními složkami (včetně dopravní policie) a bezpečnostními agenturami na místě. Bezpečnostní složky státu budou na místech konání akce přítomny.</p>
<p><b>Nesouhlas místních obyvatel s konáním akce</b></p>	<p>Konání akce může být vnímáno negativně obyvateli žijícími v blízkém okolí areálu. Hlavními důvody mohou být obavy z hluku způsobeného kulturními akcemi, motocykly či dopravní situací.</p>	<p>Areál Výstaviště Holešovice je obklopen parkem, železnicí a komerční zónou, rezidenční zóna není v přímém sousedství areálu. Záměr je v plánu přestočas komunikovat veřejností.</p>
<p><b>Kolize s dalšími akcemi s velkou účastí</b></p>	<p>Konání akce může časově či místně kolidovat s pořádáním jiné významné akce.</p>	<p>Organizátoři akce se snaží předcházet možným kolizím prostřednictvím komunikace s organizátory jiných akcí a jsou připraveni hledat vhodné kompromisy.</p>





# Kalkulace ekonomického dopadu akce na veřejné rozpočty

# Ekonomický dopad akce bude vyčíslen pomocí analýzy spotřeby a odběratelsko-dodavatelských vztahů (multiplikačního modelu).

## Vyčíslení ekonomického dopadu spotřeby spojené s událostí

Ekonomická spotřeba (útrata návštěvníků) je primárním vstupem do multiplikačního modelu, díky kterému je možné komplexně vyhodnotit ekonomické dopady a přínos akce pro veřejné rozpočty. Multiplikační model byl vytvořen společností KPMG.

Spotřeba je modelována na základě předpokládaného rozpočtu akce, očekávané struktury návštěvníků a výzkumů průměrné útraty turistů na návštěvní den (satelitní účet cestovního ruchu Českého statistického úřadu a výzkumů agentury STEM zadaných agenturou CzechTourism). V neposlední řadě jsou využity zkušenosti expertů KPMG a interní databáze (např. TLT Benchmark). Daňové sazby odpovídají roku 2016.



grafické zobrazení principu zohlednění multiplikačního efektu

Sledovanými skupinami ekonomické spotřeby jsou výdaje organizátorů a výdaje všech skupin návštěvníků.

### 1. Ekonomická spotřeba spojená s organizací akce

- Nejvýznamnější útrata je realizována za pronájmy ploch pro realizaci akce. Dalšími položkami spotřeby jsou výdaje na organizaci (ve významu plánování a logistiky) a propagaci akce.
- Mezi další položky ekonomické spotřeby patří výdaje na technické zabezpečení, ubytování a dopravu hostů a další.

### 2. Ekonomická spotřeba návštěvníků akce

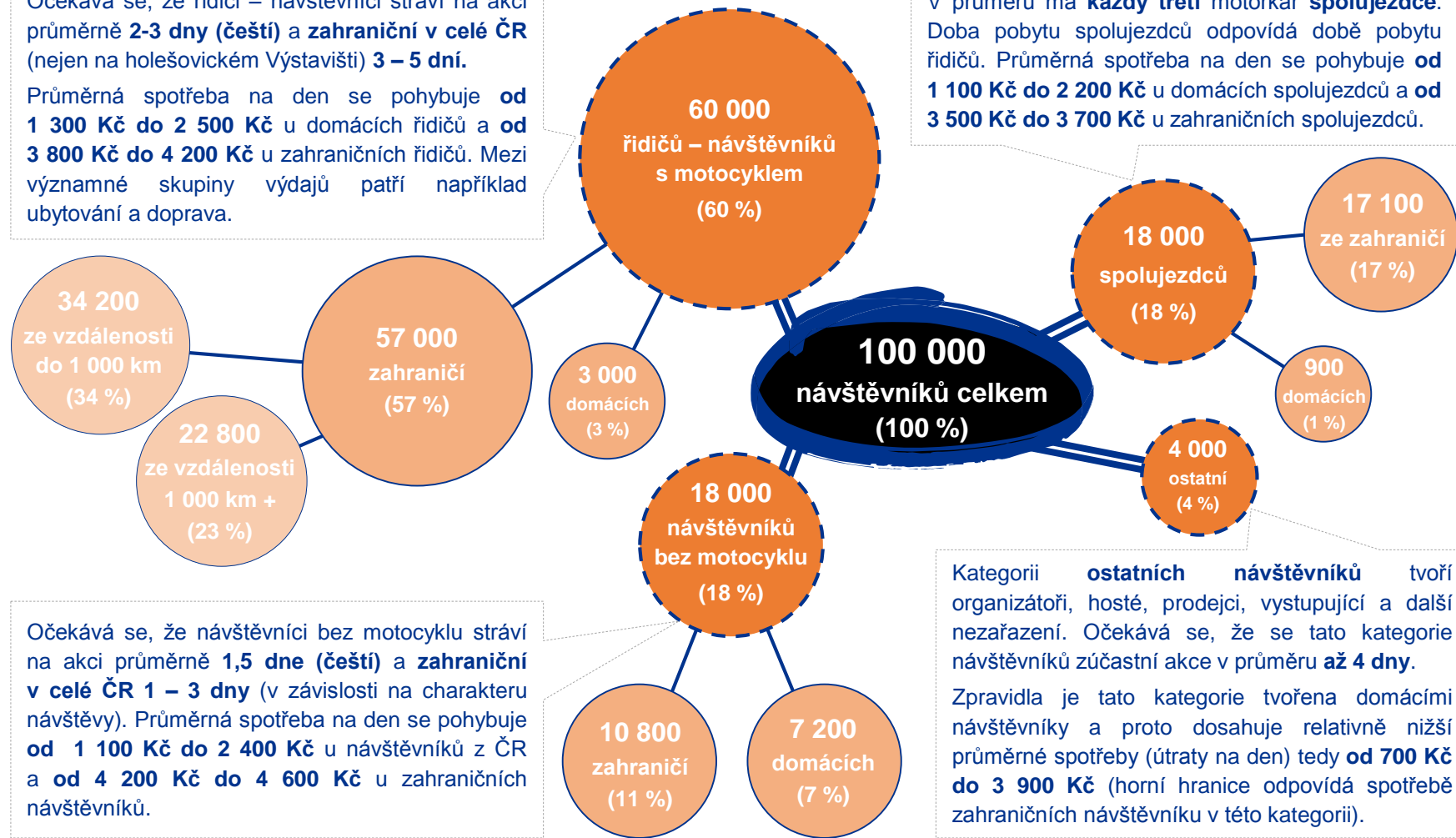
- Spotřeba je sledována v několika položkách (skupinách výdajů), jejichž odběratelsko-dodavatelský řetězec se liší, což je zohledněno v multiplikačním modelu. Jde především o výdaje na ubytování, gastronomii, dopravu a rekreaci.
- Vzhledem k cílové skupině návštěvníků setkání H-D (vysoká mezinárodní účast) lze s jistotou očekávat, že průměrná spotřeba za zboží a služby bude vyšší než v případě obdobných akcí s návštěvníky pouze z ČR. Spotřeba bude navíc z velké části nenahraditelná, protože poplyne od zahraničních návštěvníků.

# Předpokládá se, že na akci přijede cca 100 000 návštěvníků, z nichž více než 80 % přicestuje ze zahraničních zemí.

Očekává se, že řidiči – návštěvníci stráví na akci průměrně **2-3 dny (čeští)** a **zahraniční v celé ČR** (nejen na holešovickém Výstavišti) **3 – 5 dní**.

Průměrná spotřeba na den se pohybuje **od 1 300 Kč do 2 500 Kč** u domácích řidičů a **od 3 800 Kč do 4 200 Kč** u zahraničních řidičů. Mezi významné skupiny výdajů patří například ubytování a doprava.

V průměru má **každý třetí** motorkář **spolujezdce**. Doba pobytu spolujezdců odpovídá době pobytu řidičů. Průměrná spotřeba na den se pohybuje **od 1 100 Kč do 2 200 Kč** u domácích spolujezdců a **od 3 500 Kč do 3 700 Kč** u zahraničních spolujezdců.



Očekává se, že návštěvníci bez motocyklu stráví na akci průměrně **1,5 dne (čeští)** a **zahraniční v celé ČR 1 – 3 dny** (v závislosti na charakteru návštěvy). Průměrná spotřeba na den se pohybuje **od 1 100 Kč do 2 400 Kč** u návštěvníků z ČR a **od 4 200 Kč do 4 600 Kč** u zahraničních návštěvníků.

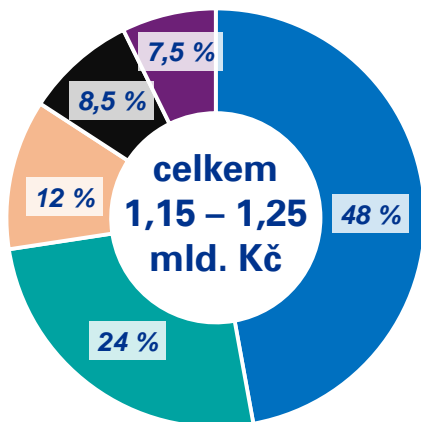
Kategorii **ostatních návštěvníků** tvoří organizátoři, hosté, prodejci, vystupující a další nezařazení. Očekává se, že se tato kategorie návštěvníků zúčastní akce v průměru **až 4 dny**.

Zpravidla je tato kategorie tvořena domácími návštěvníky a proto dosahuje relativně nižší průměrné spotřeby (útraty na den) tedy **od 700 Kč do 3 900 Kč** (horní hranice odpovídá spotřebě zahraničních návštěvníků v této kategorii).

zdroj: spotřeba je modelována na základě analýzy KPMG, satelitního účtu cestovního ruchu (ČSÚ) a STEM – Příjezdový cestovní ruch 2015

# Největší výdaje návštěvníků tvoří ubytování a strava (více než dvě třetiny výdajů). Další významnou položkou je nákup zboží.

## Struktura celkové útraty návštěvníků



■ Ubytování ■ Gastronomie ■ Rekreace ■ Zboží, dary ■ Doprava

Struktura spotřeby návštěvníků oslav 115. výročí značky Harley-Davidson, která bude realizována v České republice **odpovídá obvyklým výdajům turisty**, kdy je největším výdaj vynaložen na **ubytování a gastronomii** (ubytování je v tomto případě spojené s parkováním motocyklů, které je často za další poplatek). Tyto dvě položky tvoří více než dvě třetiny celkové spotřeby.

Ačkoliv výdajová kategorie **dopravy** má nejnižší podíl na celkové spotřebě, lze vzhledem k charakteru návštěvníků očekávat relativně vysoké výdaje také za **pohonné hmoty**.

Řidiči a příznivci značky Harley-Davidson jsou bonitní skupinou návštěvníků, která má relativně vysoký disponibilní příjem. Výdaje na **zboží a dary** budou tvořit cca desetinu výdajů (především motorkářská výbava a zboží spojené s akcí – merchandising) stejně jako výdaje na rekreaci (turistické atraktivity, noční zábava a další).

### Řidiči motocyklů\*

**12 500 – 17 500 Kč**

průměrná útrata za celý pobyt - zahraniční

**2 500 – 7 500 Kč**

průměrná útrata za celý pobyt - domácí

### Spolujezdci\*

**11 000 – 16 000 Kč**

průměrná útrata za celý pobyt - zahraniční

**2 000 – 6 500 Kč**

průměrná útrata za celý pobyt - domácí

### Návštěvníci bez motocyklu\*

**3 000 – 13 000 Kč**

průměrná útrata za celý pobyt - zahraniční

**1 500 – 3 500 Kč**

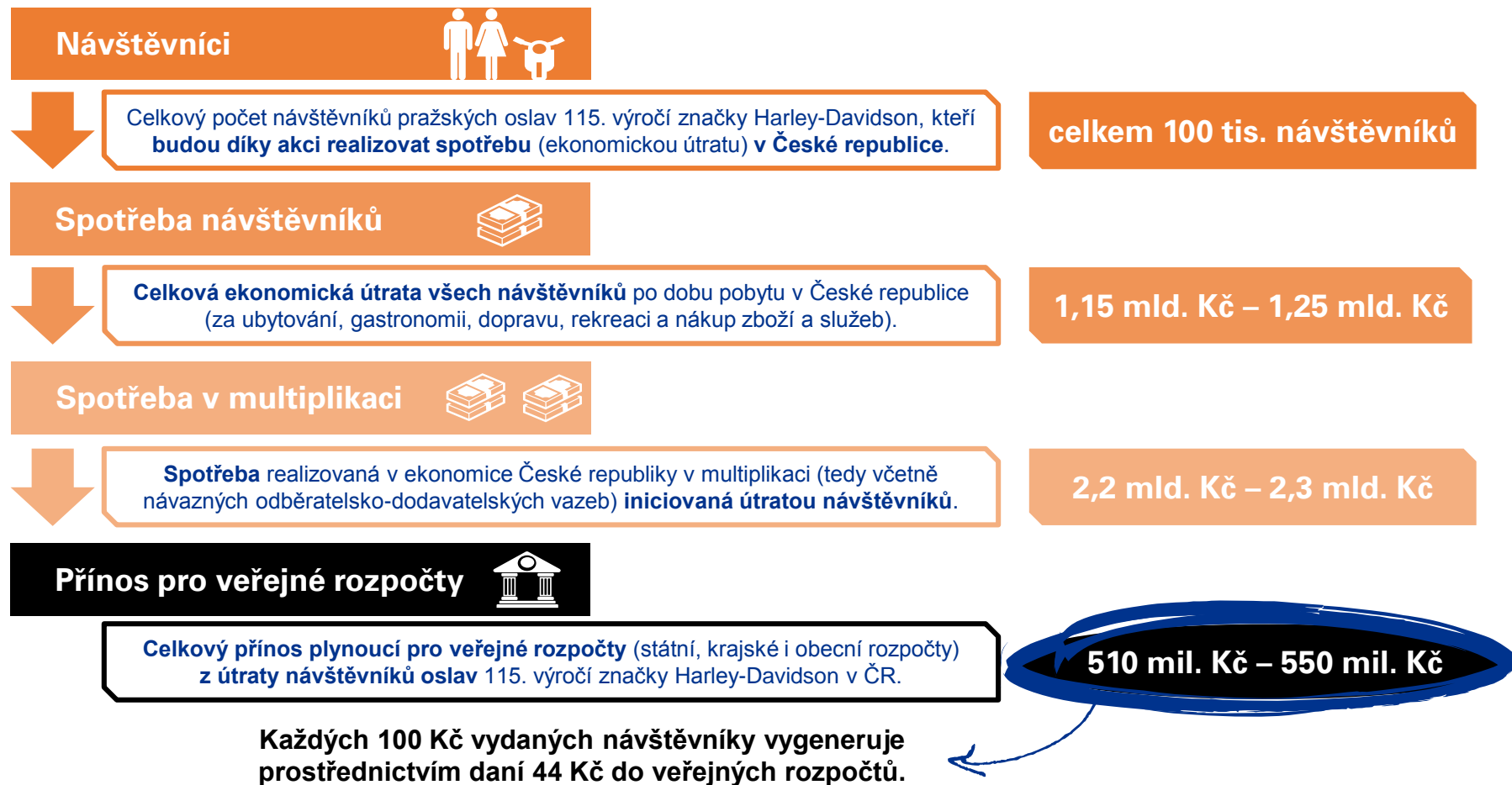
průměrná útrata za celý pobyt - domácí

\*Útrata je vyčíslena za osobu

zdroj: spotřeba je modelována na základě analýzy KPMG, satelitního účtu cestovního ruchu (ČSÚ) a STEM – Příjezdový cestovní ruch 2015

© 2016 KPMG Česká republika, s.r.o., a Czech limited liability company and a member firm of the KPMG network of independent member firms affiliated with KPMG International Cooperative ("KPMG International"), a Swiss entity. All rights reserved.

# Návštěvníci akce utratí v ČR až 1,2 mld. Kč, což vyvolá dopad na příjmy veřejných rozpočtů ČR ve výši 510 – 550 mil. Kč.



zdroj: ekonomický dopad je modelován podle analýzy KPMG; spotřeba je modelována na základě analýzy KPMG, satelitního účtu cestovního ruchu (ČSÚ) a STEM – Příjezdový cestovní ruch 2015



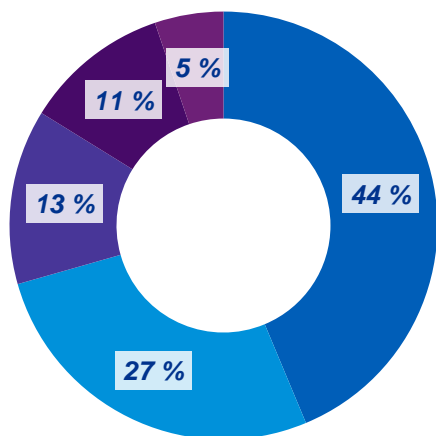
# Nenahraditelné přínosy z akce pro veřejné rozpočty (tedy z útraty zahraničních návštěvníků) tvoří až 94 % z celkových přínosů.



Přínos pro veřejné rozpočty z útraty návštěvníků dosahují

510 mil. Kč – 550 mil. Kč

## Struktura příjmů pro státní a veřejné rozpočty



- Státní rozpočet - daňové příjmy přímé
- Státní rozpočet - sociální pojištění
- Obce
- Zdravotní pojišťovny - pojištění
- Kraje



## Nenahraditelnost přínosů

Až 94 % celkových přínosů plyne ze spotřeby zahraničních návštěvníků a jedná se tedy o nenahraditelné přínosy.



## Přínosy pro hlavní město Praha

Do pražského rozpočtu připadne z akce 26 – 28 mil. Kč (na základě rozpočtového určení daní a místních poplatků)



## Dopad akce na zaměstnanost

Celkový počet měsíčních pracovních úvazků vyvolaných vlivem ekonomické útraty návštěvníků akce je v kumulaci 19 000 – 20 000 plných měsíčních úvazků.





Vašimi kontaktními osobami ve společnosti KPMG zodpovědnými za tento dokument jsou:

**Zdeněk Tůma**  
*Partner*

KPMG Česká republika, s.r.o.  
Tel: + 420 222 123 390  
ztuma@kpmg.cz

**Ondřej Špaček**  
*Manager*

KPMG Česká republika, s.r.o.  
Tel: + 420 222 123 668  
ospacek@kpmg.cz

[kpmg.com/socialmedia](https://kpmg.com/socialmedia)



[kpmg.com/app](https://kpmg.com/app)



© 2016 KPMG Česká republika, s.r.o., a Czech limited liability company and a member firm of the KPMG network of independent member firms affiliated with KPMG International Cooperative, a Swiss entity. All rights reserved.

The KPMG name and logo are registered trademarks or trademarks of KPMG International.

The information contained herein is of a general nature and is not intended to address the circumstances of any particular individual or entity. Although we endeavor to provide accurate and timely information, there can be no guarantee that such information is accurate as of the date it is received or that it will continue to be accurate in the future. No one should act on such information without appropriate professional advice after a thorough examination of the particular situation.