

Materiál na rokovanie
Mestského zastupiteľstva
hlavného mesta SR Bratislavy
dňa 29.06.2017

Správa o činnosti Bratislavskej organizácie cestovného ruchu za rok 2016

Predkladateľ:

JUDr. Ivo Nesrovnal, v. r.
primátor

Zodpovedný:

Ing. Alžbeta Melicharová, v. r.
predsedníčka predstavenstva
Bratislavská organizácia CR/Bratislava
Tourist Board (BTB)

Materiál obsahuje:

1. Návrh uznesenia
2. Dôvodovú správu s uznesením MsR
3. Správu o činnosti Bratislavskej organizácie cestovného ruchu/ BTB za rok 2016 (na priloženom CD)
4. Výpis zo zasadnutia komisie pre cestovný ruch a medzinárodnú spoluprácu MsZ

Spracovateľ:

Ing. Mgr. Tomáš Koniar, PhD., v. r.
výkonný riaditeľ BTB

Ing. Daniela Chrančoková, v. r.
vedúca oddelenia stratégie, projektov,
destinačného manažmentu

Kód uznesenia 19.1

Návrh uznesenia

Mestské zastupiteľstvo po prerokovaní materiálu

berie na vedomie

Správu o činnosti Bratislavskej organizácie cestovného ruchu za rok 2016.

Dôvodová správa

Správa o činnosti Bratislavskej organizácie cestovného ruchu/ Bratislava Tourist Board (ďalej len BTB) za rok 2016 sa predkladá ako plnenie uznesenia č. 1326/2013 zo dňa 21.11.2013 časť B bod 2, ktoré primátorovi hlavného mesta SR Bratislavy ukladá predložiť Mestskému zastupiteľstvu hlavného mesta SR Bratislavy (ďalej len MsZ) Výročnú správu o hospodárení a činnosti Bratislavskej organizácie cestovného ruchu. Správa sa každoročne predkladá MsZ na júnovom zasadnutí po jej prerokovaní valným zhromaždením BTB. Následne sa zverejňuje na webovom sídle organizácie (www.visitbratislava.com) do 30.06. kalendárneho roka. Správa o činnosti oblastnej organizácie cestovného ruchu sa spracúva a predkladá podľa zákona č. 91/2010 Z. z. o podpore cestovného ruchu. Pôvodný termín v názve uznesenia „výročná správa“ je vzhľadom na zmenenú terminológiu v novele zákona o podpore cestovného ruchu z roku 2013, platnej od roku 2014, zmenený na „správa o činnosti“. Predložená správa obsahuje základné informácie o zhodnotení činnosti BTB za rok 2016, vývoji cestovného ruchu v destinácii Bratislava a o aktivitách BTB. Správa o hospodárení BTB za rok 2016 spolu s Účtovnou závierkou BTB za rok 2016 boli schválené na MsZ dňa 25.05.2017. Správa o činnosti BTB za rok 2016 bola preskúmaná Dozornou radou BTB (ďalej len DR BTB) a schválená Predstavenstvom BTB (ďalej len P-BTB).

Predložený materiál bol prerokovaný a schválený valným zhromaždením BTB dňa 30.05.2017. Následne bol prerokovaný v komisii pre cestovný ruch a medzinárodnú spoluprácu MsZ dňa 08.06.2017 s uznesením, ktoré odporúča Mestskému zastupiteľstvu hlavného mesta Slovenskej republiky Bratislavy zobrať na vedomie Správu o činnosti Bratislavskej organizácie cestovného ruchu za rok 2016. Materiál bol dňa 14.06.2017 predložený na rokovanie Mestskej rady hlavného mesta SR Bratislavy. **Uznesením Mestskej rady hlavného mesta SR Bratislavy č. 589/2017 zo dňa 14.06.2017 Mestská rada hlavného mesta SR Bratislavy odporúča Mestskému zastupiteľstvu hlavného mesta SR Bratislavy prerokovať Správu o činnosti Bratislavskej organizácie cestovného ruchu za rok 2016.**



Sprava o činnosti 2016

Bratislava Tourist Board

www.visitbratislava.com



**BRATISLAVA
TOURIST BOARD**



Obsah

Úvod	3
1. Marketing a propagácia	17
2. Činnosť turistického informačného centra zriadeného organizáciou	53
3. Tvorba a podpora produktov cestovného ruchu	61
4. Podpora atraktivít danej lokality tak, aby sa stali súčasťou stálej ponuky cestovného ruchu	74
5. Infraštruktúra cestovného ruchu	82
6. Zabezpečenie strategických, koncepčných a analytických materiálov a dokumentov, štatistík a prieskumov	88
7. Zavedenie hodnotiaceho systému kvality	93
8. Vzdelávacie aktivity zamerané na skvalitnenie a rozvoj destinácie a cestovného ruchu v nej	96
9. Hospodárenie organizácie v roku 2016	101
10. Orgány BTB a výkonná zložka	116

ÚVOD

V roku 2016 dosiahla destinácia Bratislava, ako aj organizácia Bratislava Tourist Board (ďalej len „BTB“), ktorá ma na starosti destinačný manažment, marketing Bratislavy a celkový rozvoj cestovného ruchu v nej, významné a historicky mimoriadne výsledky.

Štatistické ukazovatele cestovného ruchu sú dôkazom pozitívneho trendu v smerovaní odvetvia v Bratislave (v porovnaní s rekordným rokom 2015 nárast počtu návštevníkov o 15,17 %, nárast počtu prenocovaní o 15,36 %, nárast tržieb ubytovacích zariadení o 25,32 %, nárast výberu dane za ubytovanie o 12,51 %).

Výsledkom činnosti BTB v roku 2016 bolo tak efektívne hospodárenie so zdrojmi a prevádzka organizácie (ušetrenie vybraných prevádzkových nákladov), ako aj koncepčne realizované aktivity zacielené na podporu rozvoja cestovného ruchu v destinácii.

Organizácia BTB:

- získala a implementovala 100 % výšku požadovanej dotácie z Ministerstva dopravy a výstavby SR vo výške 714 000,- EUR,
- dosiahla nárast predaja zľavovej mestskej karty Bratislava City Card oproti roku 2015 o 31 %,
- získala o 19 % vyššie členské príspevky oproti roku 2015,
- zaznamenala nárast príjmov z vlastnej činnosti oproti roku 2015 o 17 %,
- vybavila oproti roku 2015 o 5 % dopytov viac v Turistickom informačnom centre – (88 973),
- úspešne sa spolupodieľala a implementovala kľúčové projekty v destinácii z hľadiska CR (napr. SK PRES, Slovak Press Photo, ISU – ME v krasokorčuľovaní, Kultúrne leto a hradné slávnosti, Korunovačné slávnosti, Vianoce v Bratislave a pod.),
- realizovala rozsahom najväčšie kampane v histórii mesta v zahraničí na prezentáciu Bratislavy (Rakúsko, Nemecko, Belgicko, Česká republika),
- rozvíjala cieľavedomú a koncepčnú spoluprácu s Magistrátom hlavného mesta Bratislava (Oddelenie komunikácie a marketingu, Oddelenie kultúry, školstva športu a mládeže a i.), ako aj s inštitúciami v správe magistrátu (GMB, MMB, Mestská knižnica v Bratislave, MUOP, STARz) a s ďalšími strategickými partnermi (MDV SR, SACR, členské subjekty, KOCR BRT, BKIS, BID, Slovak Lines, DPB, ZSSK, Letisko M. R. Štefánika a pod.).

Organizácia BTB bola založená v zmysle Zákona 91/2010 Z.z. o podpore cestovného ruchu v znení neskorších predpisov zakladateľskou Zmluvou medzi Hlavným mestom SR Bratislava a fyzickými osobami, ktoré podnikajú alebo právnickými osobami, ktoré podnikajú alebo pôsobia na území obce na základe prihlášky podľa § 21 ods. 1 zákona, pričom ich činnosť alebo pôsobnosť súvisí s cestovným ruchom (ďalej len „ostatní členovia“). Ostatní členovia sú v organizácii v závislosti od ich podnikateľskej činnosti, príp. od charakteru ich hlavnej činnosti zaradení do skupín a komôr 1.- 4., podľa prílohy č.1 Stanov BTB.

- Komora č. 1: hotely a reštaurácie
- Komora č. 2: cestovné kancelárie a sprievodcovia
- Komora č. 3: MICE
- Komora č. 4: ostatní členovia

Organizácia bola na Ministerstve dopravy, výstavby a regionálneho rozvoja SR oficiálne zaregistrovaná dňa 28. decembra 2011. Organizácia je právnickou osobou založenou podľa § 13 a nasl. zákona č. 91/2010 Z. z. o podpore cestovného ruchu v znení neskorších predpisov na podporu a vytváranie podmienok na rozvoj cestovného ruchu s cieľom vybudovať z Bratislavy významnú a medzinárodne renomovanú destináciu cestovného ruchu. BTB rozvíja a propaguje všetky formy cestovného ruchu, podporuje ich prezentáciu, vytvára platformu spolupráce súkromného a verejného sektoru v oblasti cestovného ruchu a riadi, iniciuje a koordinuje rozvoj cestovného ruchu v Bratislave. Plní úlohu Convention Bureau a zabezpečuje informačný servis pre návštevníkov mesta prostredníctvom svojich 2 turistických informačných centier (TIC) v historickom centre mesta a na Letisku M. R. Štefánika a v spolupráci s komerčnými subjektmi sezónne na všetkých prístupových bodoch do destinácie, t.j. na autobusovej a vlakovej stanici, v osobnom prístave a na pontóne Huma 6.

K základným koncepčným činnostiam organizácie podporujúcim tento cieľ patrí:

- podpora činnosti svojich členov pri tvorbe a realizácii koncepcie rozvoja cestovného ruchu na území svojej pôsobnosti,
- podpora kultúrneho, spoločenského a športového života a zachovanie prírodného a kultúrneho dedičstva,

- presadzovanie trvalo udržateľného rozvoja cestovného ruchu tak, aby sa chránili a zachovávali všetky zložky životného prostredia zo všetkých jeho stránok a rešpektoval sa spôsob života miestneho obyvateľstva a rešpektovali sa vlastnícke práva,
- spolupráca s orgánmi obcí pri rozvoji územia v rámci svojej pôsobnosti vrátane spracúvania a realizácie programov jeho podpory a rozvoja s osobitým zreteľom na trvalo udržateľný rozvoj cestovného ruchu,
- spolupráca s podnikateľskými a nepodnikateľskými subjektmi cestovného ruchu na území mesta Bratislavy, s orgánmi miestnej samosprávy, so zainteresovanými ministerstvami a ostatnými ústrednými orgánmi štátnej správy SR, záujmovými združeniami, odbornými školami, so štátnymi a súkromnými múzeami, galériami, kultúrnymi inštitúciami, výskumnými a poradenskými organizáciami doma a v zahraničí,
- všetky ostatné aktivity súvisiace s podporou rozvoja cestovného ruchu v destinácii Bratislava.

V rokoch 2015 a 2016 zaznamenal cestovný ruch na Slovensku rekordné čísla z hľadiska návštevnosti a výkonov. Bratislava pocítila daný pozitívny efekt a rok 2016 sa tak radí k veľmi úspešným rokom z hľadiska cestovného ruchu. K významným dôvodom, ktoré mohli mať vplyv na pozitívny vývoj diania na Slovensku patrí globálna spoločensko-politická situácia, bezpečnostná situácia, zmena v preferenciách a motívoch návštevníkov na trávenie dovolenky a pod. Vplyvom teroristických útokov vo viacerých významných svetových i európskych metropolách, ako aj vplyvom nestabilnej politickej a spoločenskej situácie v niektorých turisticky obľúbených destináciách došlo k dvom významným fenoménom, a to k inklinovaniu návštevníkov k tráveniu dovolenky doma (podpora domáceho cestovného ruchu) a uprednostňovanie menej známych, ale bezpečných krajín a destinácií v rámci nich. Oba faktory mali podstatný vplyv na pozitívny vývoj situácie v destinácii Bratislava, keďže rok 2016 prekonal identické obdobie v roku 2015. Je nevyhnutné podotknúť, že okrem externých faktorov (bezpečnostná a politická situácia), sa na kladných číslach podieľal aj cielený manažment a marketing destinácie realizovaný prostredníctvom aktivít BTB, v spolupráci s partnermi a inštitúciami so záštitou nad cestovným ruchom (Slovenská agentúra pre cestovný ruch, Ministerstvo dopravy, výstavby a regionálneho rozvoja SR a pod.).

Faktory, ktoré mali vplyv na rast návštevnosti hlavného mesta sú viaceré:

- Cílená online a offline kampaň realizovaná BTB na zdrojových trhoch v zahraničí,
- Cieľavedomý marketing destinácie,
- Otvorenie nových a existujúce letecké spojenia do Bratislavy,
- Host'ovanie viacerých medzinárodne významných podujatí (SK PRES, ME ISU krasokorčuľovanie a pod.),
- Atraktivita Bratislavy pre novodobých cestovateľov (kaviarenská a bistro kultúra, autentická atmosféra, remeselné pivovary, malí vinári, zážitok, start-upy, komunistická minulosť vs. súčasná moderna a pod.),
- Bezpečnosť a kompaktnosť destinácie.

V kontexte uvedených faktorov sa aktivity BTB zameriavajú na propagáciu destinácie, tvorbu a podporu produktov CR, sieťovanie subjektov CR, vytváranie tlaku na rast kvality služieb v CR, prezentovanie Bratislavy ako MICE destinácie, poskytovanie informačného servisu turistom a návštevníkom mesta, zveľaďovanie infraštruktúry CR a pod.

Aj vďaka systematickej podpore rozvoja CR a spolupráci BTB s partnermi (Magistrát hlavného mesta SR Bratislava, SACR, MINDOP, členské subjekty, poskytovatelia služieb CR v destinácii, partnerské inštitúcie napr. BKIS, Múzeum mesta Bratislava, a pod., KOČR BRT, ostatné OOCR a KOČR na Slovensku, vzdelávacie inštitúcie, zahraničné zastúpenia SR a pod.) sa výkony cestovného ruchu v Bratislave zlepšili v roku 2016 oproti roku 2015.

Organizácia nadviazala nadštandardné partnerské vzťahy s Magistrátom hlavného mesta Bratislava (Oddelenie komunikácie a marketingu, Oddelenie kultúry, školstva športu a mládeže a i.), ako aj s inštitúciami v správe magistrátu (Galéria Mesta Bratislava, Múzeum Mesta Bratislava, Mestská knižnica v Bratislave, Mestský ústav ochrany pamiatok v Bratislave, STARz), čo má za výsledok koordinovanú a konzistentnú podporu produktov a podujatí kľúčových pre destináciu, vytváranie podmienok na rozvoj cestovného ruchu, synergický efekt vyplývajúci zo spolupráce, zlepšovanie prostredia a infraštruktúry pre miestne obyvateľstvo a efektivitu práce zamestnancov BTB. Inštitúcie spolupracujú aj v strategických a koncepčných oblastiach územnej samosprávy (spolupráca na vypracovaní plánu hospodárskeho a sociálneho rozvoja, účasť na zasadnutiach Komisie cestovného ruchu, príprava podkladov o stave cestovného ruchu v Bratislave na vybrané účely, pripomienkovanie VZN so vzťahom k CR a pod.). K ďalším strategickým partnerom organizácie (okrem členskej základne) patrí: BKIS, Bratislavská integrovaná doprava, Slovenské národné múzeum, Slovak Lines, Dopravný podnik Bratislava, Železničná

spoločnosť Slovensko, Letisko M. R. Štefánika, vybrané občianske združenia, príspevkové organizácie, neziskové organizácie, ako aj komerční poskytovatelia služieb v destinácii.

Zaangažovanosť BTB na projektoch a podujatiach v destinácii v spolupráci s partnermi prispela k ich kvalitatívnemu rastu, k zlepšeniu propagácie a informovanosti širokej verejnosti nielen na Slovensku, ale aj v zahraničí, vďaka mediálnym kampaniam zabezpečeným BTB. Nosným projektom v roku 2016 bolo predsedníctvo Slovenska v Rade EÚ (SK PRES), v ktorom Bratislava zohrávala významnú úlohu. Spoluprácou BTB a magistrátu hl. mesta Bratislava sa podarilo efektívne zabezpečiť vybrané zložky podujatia a sprievodných akcií (viac v časti 2.1. Marketing a propagácia). V súvislosti s podujatím SK PRES navštívili hlavné mesto v priebehu druhého polroka 2016, kedy predsedníctvo prebiehalo, početné delegácie, pracovné skupiny, komisie, oficiálne návštevy, zástupcovia európskych inštitúcií a pod. z členských štátov EÚ. V rámci predsedníckych podujatí štátnej správy sa v Bratislave v období máj – december 2016 konalo cca 200 podujatí (20 podujatí na vysokej úrovni a 180 podujatí pracovnej/expertnej úrovne), ktorých sa zúčastnilo spolu viac ako 24 tisíc účastníkov. Počet delegácií na jednotlivých podujatiach SK PRES bol od 30 do 55. Okrem 20 podujatí na vysokej úrovni, ktorých sa zúčastnilo od 120 do cca 250 účastníkov, sa konalo aj cca 180 podujatí pracovnej/expertnej úrovne, kde bol počet účastníkov od 60 do cca 200.

Obzvlášť dôležitým podujatím v sérii podujatí SK PRES bol Európsky summit regiónov a miest, ktorý sa organizoval za spolupráce Výboru regiónov, Mesta Bratislava a Bratislavského samosprávneho kraja v júli v Bratislave. Podujatia sa zúčastnilo takmer 1000 účastníkov – politikov zo všetkých úrovní správy miest, obcí, regiónov v Európe. Súčasťou podujatia bol bohatý kultúrno-spoločenský program. Súčasťou bola i prezentácia mesta a regiónu prostredníctvom BTB a krajskej organizácie CR Bratislava Region Tourism. Vďaka otvoreniu dočasného infopointu na Letisku Schwechat -Viedeň, sa zlepšila informovanosť delegátov a účastníkov SK PRES, ako aj bežných cestujúcich, o ponuke Bratislavy. Kvalifikovanosť a kompetentnosť pracovníkov infocentier bola zabezpečená vďaka spracovanému manuálu pracovníka 1. kontaktu z dielne BTB a komplexné informácie pre záujemcov poskytovala brožúra Bratislava City Guide, vydaná BTB pri príležitosti SK PRES a distribuovaná delegátom spolu s mapou Bratislavy.

Projektovým zámerom BTB na rok 2016 bolo kontinuálne posilňovanie pozitívneho image mesta Bratislavy a jeho brand awareness prostredníctvom marketingových a komunikačných aktivít. V predloženej žiadosti o poskytnutie dotácie na podporu projektu rozvoja cestovného ruchu v roku 2016 uviedla BTB oprávnené aktivity v zmysle § 29 Zákona

č. 91/2010 Z.z. v znení neskorších predpisov o podpore cestovného ruchu, ktoré svojím obsahom a zameraním smerovali k naplneniu stanoveného projektového zámeru. Na základe predkladaného vyhodnotenia projektu konštatujeme, že stanovené priority a ciele na rok 2016 boli splnené a organizácia svojou činnosťou prispela k podpore a rozvoju cestovného ruchu v destinácii Bratislava. Je nevyhnutné poznamenať, že väčšinu aktivít bolo možné realizovať práve a jedine vďaka pridelenej nenárokovateľnej dotácii Ministerstva dopravy a výstavby SR (ďalej len MDV SR), ktorá bola BTB na rok 2016 pridelená v 100 % požadovanej výške 714 000,- EUR. Vlastné zdroje organizácie sú nevyhnutné na pokrytie prevádzkových nákladov (personálne náklady, prenájom priestorov, odvody, poistenie, lízing, outsourcing služieb, kancelársky materiál a vybavenie a pod.)

K aktivitám OOCR BTB podľa § 29 ods. 10 Zákona o podpore cestovného ruchu, financovaným aj vďaka dotácii MDV SR v roku 2016 patria:

1. marketing a propagácia, najmä účasť na veľtrhoch, výstavách, prezentáciách, tvorba webového sídla, tvorba loga organizácie cestovného ruchu, elektronický marketing, tvorba zľavových produktov, tvorba propagačných a informačných tlačovín okrem knižných publikácií,
2. činnosť turistického informačného centra zriadeného organizáciou cestovného ruchu okrem nákladov na mzdy a prevádzkových nákladov,
3. tvorba a podpora produktov cestovného ruchu,
4. podpora atraktivít danej lokality tak, aby sa stali súčasťou stálej ponuky v cestovnom ruchu,
5. infraštruktúra cestovného ruchu okrem výstavby zariadení určených na ubytovanie,
6. zabezpečenie strategických, koncepčných a analytických materiálov a dokumentov, štatistík a prieskumov,
7. zavedenie hodnotiaceho systému kvality služieb,
8. vzdelávacie aktivity zamerané na skvalitnenie a rozvoj destinácie a cestovného ruchu v nej

Cieľové skupiny, na ktoré boli zamerané marketingové aktivity organizácie v roku 2016 (pri zachovaní kontinuity a konzistentnosti s predchádzajúcimi rokmi):

- návštevníci so záujmom o poznávanie, kultúru a umenie (v dvoch kategóriách: 25-55 rokov a 56+) – korunovačné mesto, mesto kultúry, mesto hudby, mesto vína a gastronómie,

- mladí resp. ľudia hľadajúci nové kontakty, kultúry, “scény”, cool trendy, užívajúci si život (v dvoch kategóriách: 18 - 25 a 26+) – moderná metropola na Dunaji, mesto kultúry, hudby, zábavy, športu a relaxu, gastronómie, vína a piva,
- rodiny s deťmi (špecifická programová ponuka pre deti vo veku od 3 do 15 rokov),
- aktívni ľudia (v dvoch kategóriách: 18 - 55, 56 +) – karpatsko-dunajské dobrodružstvo - cykloturistika, pešia turistika, adrenalínové aktivity,
- MICE – špecifická skupina pre komunikáciu Bratislavy ako dynamickej a otvorenej stredoeurópskej metropoly vhodnej pre organizáciu stretnutí, konferencií a špecializovaných podujatí. Doteraz neobjavené mesto pre hosted buyerov, touroperátorov, predajcov služieb, profesionálnych organizátorov kongresov s dobrou dopravnou dostupnosťou a infraštruktúrou.

Ťažiskové formy cestovného ruchu, ktoré boli v destinácii dominantné v roku 2016 (pri zabezpečení kontinuity a kompatibility s predchádzajúcimi obdobiami):

- mestský, poznávací, kultúrny CR mestské kultúrno-poznávacie pobyty, divadlá, vernisáže, regionálne podujatia),
- obchodný CR – služobné cesty, kongresy, veľtrhy, nákupná turistika (MICE),
- športový/dobrodružný/zážitkový CR (vodné aktivity, bežecké podujatia, koncerty a festivaly, športové podujatia - KHL),
- incentivný/stimulačný CR (gastro turistika a vínna turistika, city break, clubbing),
- relaxačný CR wellness.

Vývoj cestovného ruchu v roku 2016 v Bratislave

Počet návštevníkov vzrástol v roku 2016 oproti roku 2015 z 1 064 828 na 1 226 385, čo predstavuje + 15,17 %. Z toho nárast zahraničných návštevníkov bol 15,07 % (z 722 292 na 831 151) a domácich dokonca 15,38 % (z 342 536 na 395 234). Počet prenocovaní dosiahol v roku 2016 rekordnú hodnotu 2 603 883 (+ 15,36 %). Počet prenocovaní zahraničných návštevníkov pritom stúpol o 15,03 % a domácich návštevníkov o 15,78 % (Tabuľka 1). Priemerný počet prenocovaní sa drží relatívne stabilne v súlade s rokom 2015 na hodnote 2,12. Jednou z priorít BTB je snaha o predĺženie pobytových dní turistov vytvorením plnohodnotnej ponuky cestovného ruchu, ktorá by podnecovala k dlhodobjšiemu pobytu v destinácii.

Tabuľka 1: Porovnanie počtu návštevníkov a prenocovaní v rokoch 2015 a 2016

Obdobie/ Ukazovateľ	2015		2016		Zmena PN %	Zmena PP %
	PN	PP	PN	PP		
Zahraniční	722 292	1 280 233	831 151	1 472 695	15,07	15,03
Domáci	342 536	976 985	395 234	1 131 188	15,38	15,78
Spolu	1 064 828	2 257 218	1 226 385	2 603 883	15,17	15,36

Z hľadiska nosných zdrojových trhov (Tabuľka 2) sa rok 2016 niesol v znamení dominancie tradičných krajín. Prvenstvo obhájila Česká republika s 107 960 návštevníkmi (+ 10,63 %) a 173 723 prenocovaniami (+ 5,43 %). Nemecká klientela v počte 89 474 (+16,92 %) strávila v Bratislave 154 916 prenocovaní (+18,65 %) a zaradila sa tak na druhé miesto. Významný nárast v počte návštevníkov (+21,14 %), ako aj v počte prenocovaní (+23, 07 %) zaznamenali návštevníci zo Spojeného kráľovstva Veľkej Británie a Severného Írska. S počtom 56 468 návštevníkov a 110 816 prenocovaní sú tretím najpočetnejším zdrojovým trhom v Bratislave. Top 5 zdrojových trhov uzatvára susedné Rakúsko s počtom 51 583 návštevníkov (+5,51 %) a 78 517 prenocovaní (+ 7,16 %) a Taliansko (43 750 návštevníkov a 74 876 prenocovaní).

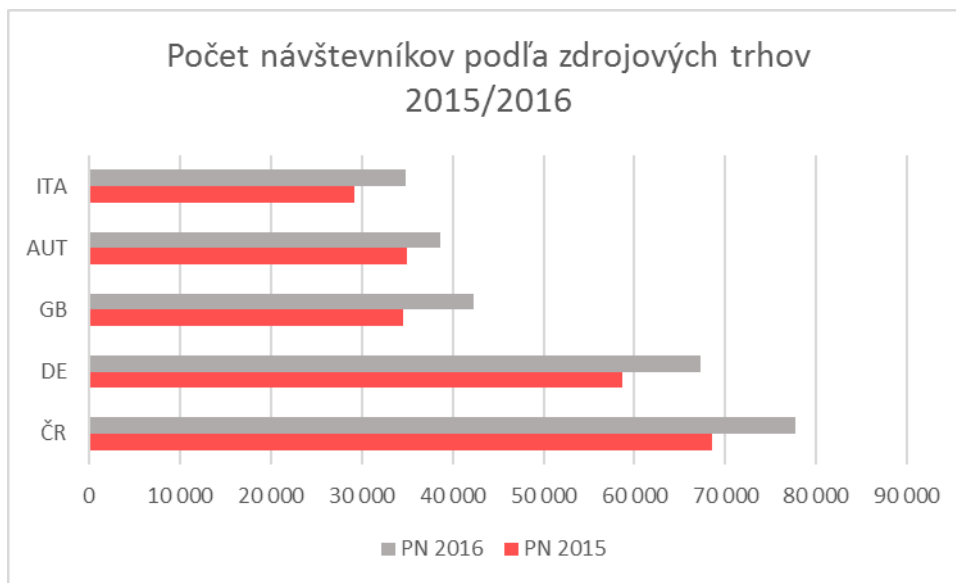
Tabuľka 2: Zdrojové trhy v destinácii Bratislava v rokoch 2015 a 2016

Poradie/ Krajina	2015		2016		Zmena PN v %	Zmena PP v %
	PN	PP	PN	PP		
1. ČR	97 589	164 768	107 960	173 723	10,63	5,43
2. Nemecko	76 529	130 571	89 474	154 916	16,92	18,65
3. GB	46 613	90 042	56 468	110 816	21,14	23,07
4. Rakúsko	48 891	73 270	51 583	78 517	5,51	7,16
5. Taliansko	39 477	69 134	43 750	74 876	10,82	8,31
6. Poľsko	36 977	63 564	42 565	73 387	15,11	15,45
7. Čína	24 002	32 576	33 536	43 856	39,72	34,63
8. USA	29 132	49 554	32 234	53 538	10,65	8,04
9. Španielsko	20 762	34 091	26 115	45 850	25,78	34,49
10. Francúzsko	21 718	35 744	24 639	42 231	13,45	18,15

V rámci sledovaní dosiahli štatistické ukazovatele u vybraných krajín pozoruhodnú úroveň oproti identickému sledovanému obdobiu v minulom roku. V prípade návštevníkov zo Španielska a Ruska evidujeme významné nárasty v počte návštevníkov a prenocovaní. V roku 2016 navštívilo Bratislavu o 25,78 % viac Španielov ako v roku 2015 a strávili

v destinácii o 34,49 % viac prenocovaní. K uvedenému nárastu prispelo aj priame letecké spojenie Madrid – Bratislava. Ruská klientela prišla v počte 19 558 (+33,66 %) a strávila v Bratislave 38 358 nocí (+ 28,36 %). Jednou z príčin tohto pozitívneho vývoja môže byť aj otvorenie priamej leteckej linky Moskva – Bratislava v decembri 2015, ktorá už prepravila okolo 70 tisíc pasažierov.

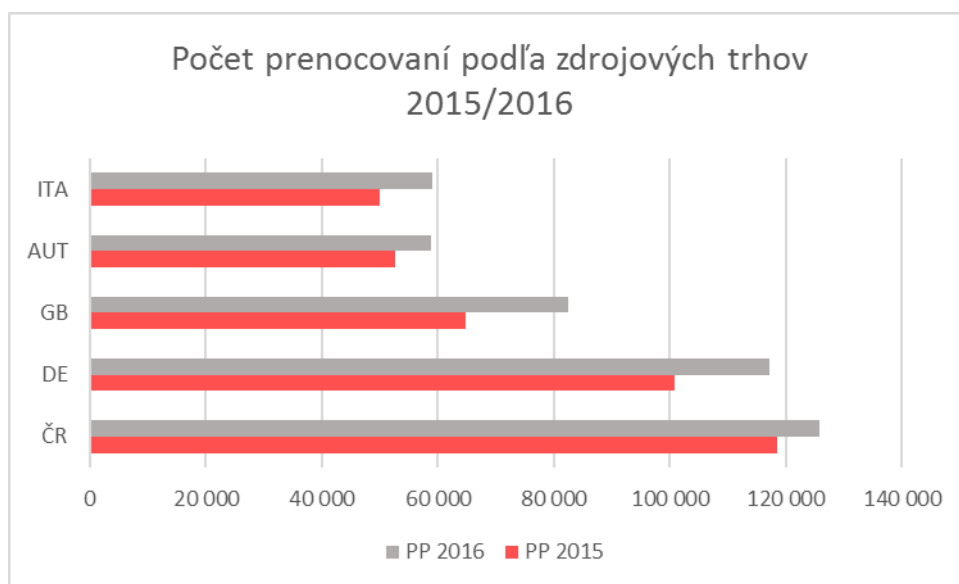
Graf: Porovnanie počtu návštevníkov podľa zdrojových trhov (2015 a 2016)



Rekordný nárast registrujeme aj u návštevníkov z Číny a to 39,72 % v počte návštevníkov a takmer 35 % v počte prenocovaní.

Strategickú úlohu pri dostupnosti a návštevnosti Bratislavy zohráva aj Letisko M. R. Štefánika v Bratislave. Okrem spomínanej novootvorenej leteckej linky Moskva – Bratislava, došlo v roku 2016 k obnoveniu spojenia Bratislava - Kyjev, k otvoreniu leteckého spojenia s Rumunskom (mesto Kluž), Bosnou a Hercegovinou (mesto Tuzla), Macedónskom (Skopje). V roku 2017 sa plánuje otvorenie spojenia Bratislava – Varšava. Pozitívny trend v návštevnosti Slovenska, ako aj v návštevnosti hlavného mesta SR sa odzrkadlil aj v štatistikách letiska, ktoré v roku 2016 vybavilo najvyšší počet cestujúcich za posledných 8 rokov (+ 12,3 % oproti roku 2015).

Graf: Porovnanie počtu prenocovaní podľa zdrojových trhov 2015 a 2016

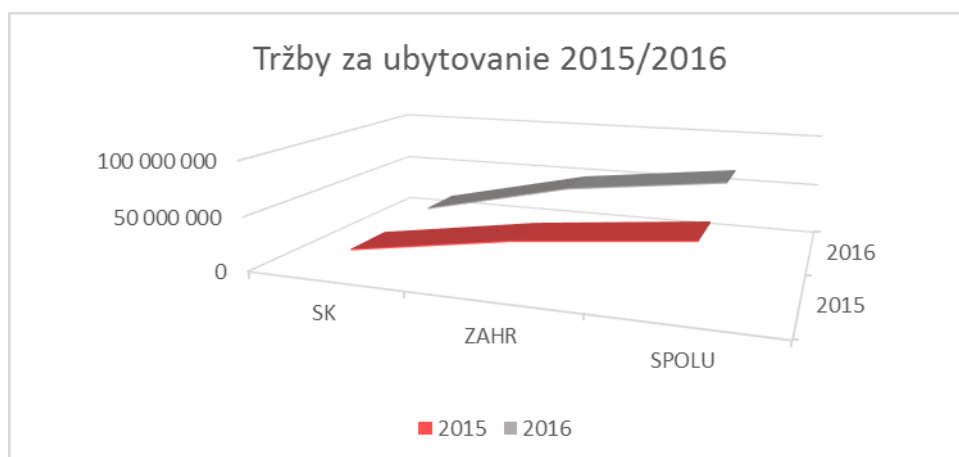


Z hľadiska prínosu cestovného ruchu k regionálnej ekonomike sú významné údaje o tržbách ubytovacích zariadení v Bratislave a o výške vybratej dane za ubytovanie. V roku 2016 evidujeme 25,32 % - ný nárast tržieb oproti roku 2015, v absolútnom vyjadrení vzrástli z 74 763 076 EUR na 93 692 629 EUR. Z toho tržby za domácich návštevníkov vzrástli o 11,37 % a za zahraničných návštevníkov až o 31,18 % (Tabuľka 3).

Tabuľka 3: Tržby za ubytovanie v rokoch 2015 a 2016

Tržby za ubytovanie	2015	2016	Zmena v %
Domáci	22 112 639	24 626 419	11,37
Zahraniční	52 650 437	69 066 210	31,18
Spolu	74 763 076	93 692 629	25,32

Graf: Porovnanie tržieb za ubytovanie (2015 a 2016)



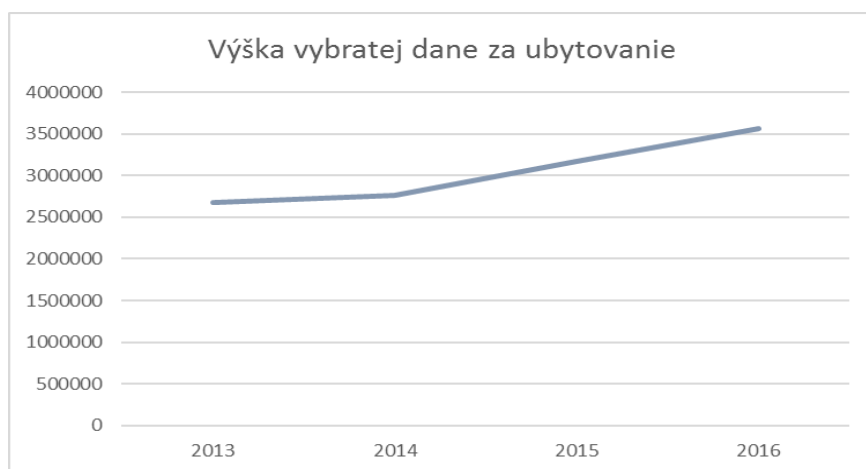
Výšku vybratej dane porovnávame s predpisom dane za ubytovanie za obdobie rokov 2013-2016, keďže ide o významný ukazovateľ vývoja prínosu cestovného ruchu k regionálnej ekonomike (Tabuľka 4).

Tabuľka 4: Výška vybratej dane za ubytovanie 2015 - 2016

Rok	Predpis dane	Skutočne vybratá daň	Zmena skutočne vybratej dane v %
2013	2 710 006,14	2 681 407,85	7,75
2014	3 117 964,56	2 759 077	2,9
2015	3 228 711,04	3 166 138,35	14,75
2016	3 504 721,81	3 562 078,78	12,51

Daň za ubytovanie je priamym príjmom rozpočtu samospráv a je žiaduce, aby bola spätne reinvestovaná do rozvoja cestovného ruchu.

Graf: Výška vybratej dane za ubytovanie



Počet ubytovacích zariadení v 2016 bol 151, počet izieb 8147 a počet lôžok 17 626. Priemerné využitie kapacity v roku 2016 bolo 35,8 %. Priemerná cena za ubytovanie vzrástla oproti roku 2015 z 29,03 EUR na 31,70 EUR.

Obzvlášť významným faktorom ovplyvňujúcim návštevnosť Bratislavy, ako aj budovanie jej imidžu v medzinárodnom kontexte, bolo v roku 2016 predsedníctvo Slovenskej republiky v Rade Európskej únie (ďalej len SK PRES). V súvislosti s podujatím SK PRES navštívili hlavné mesto v priebehu druhého polroka 2016, kedy predsedníctvo prebiehalo, početné delegácie, pracovné skupiny, komisie, oficiálne návštevy, zástupcovia európskych inštitúcií

a pod. z členských štátov EÚ. Bratislava tak mala možnosť prezentovať sa ako moderná európska metropola a zaujať účastníkov SK PRES, ktorí by mohli byť potenciálni opätovní návštevníci destinácie v rámci svojej budúcej dovolenky, ako aj šíritelia pozitívneho PR tzv. „word of mouth“, čiže zdieľanie osobnej pozitívnej skúsenosti s destináciou. Taktiež vznikol pre Bratislavu priestor profilovať sa ako MICE destinácia a preukázať spôsobilosť zaradiť sa k perspektívnym metropolám s vhodnými podmienkami na organizovanie MICE podujatí. Vzhľadom na prierezový a širokospektrálny charakter podujatia SK PRES, nie je možné exaktne kvantifikovať jeho vplyv na destináciu z pohľadu informácií o počte oficiálnych návštev, delegácií a účastníkov jednotlivých sprievodných programov a podujatí. Z tohto dôvodu nie je možné presne určiť vplyv podujatia SK PRES na regionálnu ekonomiku a rozvoj cestovného ruchu. Vychádzame z orientačných údajov poskytnutých Ministerstvom zahraničných vecí a európskych záležitostí SR. V rámci predsedníckych podujatí štátnej správy sa v Bratislave v období máj – december 2016 konalo cca 200 podujatí (20 podujatí na vysokej úrovni a 180 podujatí pracovnej/expertnej úrovne), ktorých sa zúčastnilo spolu viac ako 24 tisíc účastníkov. Počet delegácií na jednotlivých podujatiach SK PRES bol od 30 do 55. Okrem 20 podujatí na vysokej úrovni, ktorých sa zúčastnilo od 120 do cca 250 účastníkov, sa konalo aj cca 180 podujatí pracovnej/expertnej úrovne, kde bol počet účastníkov od 60 do cca 200. K uvedeným podujatiam je potrebné prirátat aj počty účastníkov v rámci akcií zastrešovaných príslušnými ministerstvami, neziskovými organizáciami, univerzitami, samosprávami a pod. (nedostupné informácie). Z prezentovaných informatívnych údajov je zrejmé, že SK PRES znamenalo pre Slovensko, a najmä pre Bratislavu, významnú príležitosť na prezentáciu, propagáciu a zviditeľnenie sa.

Bratislava sa profiluje aj ako zdravé vitálne mesto, s početnými možnosťami na aktívne trávenie voľného času, šport a pohyb. Neustále vzrastajúci trend obľúbenosti zaznamenávame v cykloturistike, čo dokumentujú aj údaje cyklosčítačov. BTB disponuje dvomi cyklosčítačmi umiestnenými na Bratislavskej hrádzi – smer Berg a na Viedenskej ceste. Cyklosčítače poskytujú údaje o celkovom prejazde cyklistov v oboch smeroch, vrátane individuálnych údajov o jednotlivých smeroch. Porovnanie rokov 2015 a 2016 poukazuje na pozitívny vývoj, s rastúcou tendenciou (Tabuľka 6). Na hrádzi Berg evidovali v roku 2016 cyklosčítače 158 977 prejazdov, čo je o takmer 10 % viac ako v roku 2015. Nárasty v porovnávanom období registrujeme v oboch smeroch, na Slovensko takmer 9 % nárast, do Rakúska 11,4 % nárast.

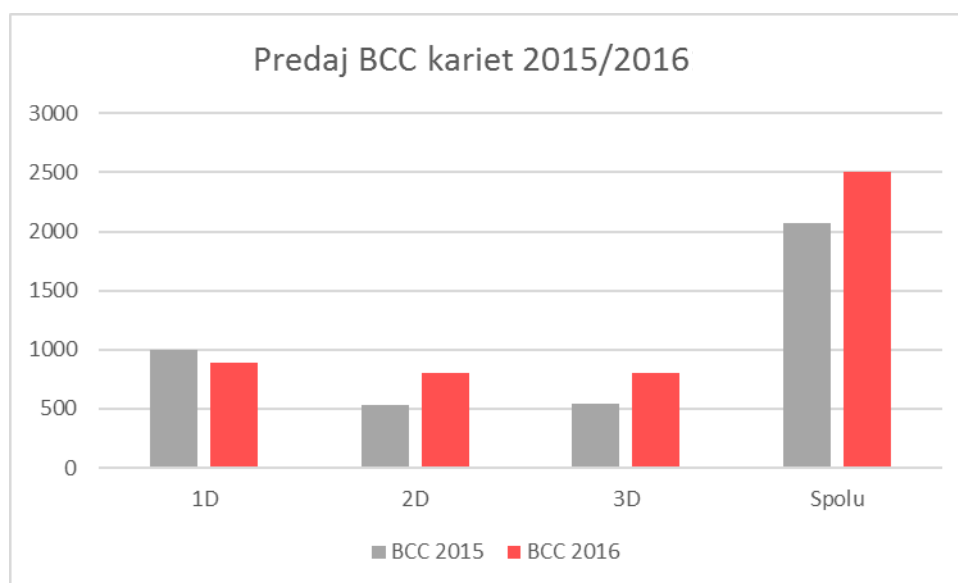
Štatistiky z Viedenskej cesty potvrdzujú pozitívny trend, keďže počet prejazdov stúpol z 199 205 v roku 2015 na 268 664 v roku 2016, čo je nárast o 34,87 %. Nárasty evidujeme v oboch smeroch trasy, smerom k Starému mostu o 20,69 % a smerom k Mostu SNP o 35,95 %. V roku 2016 sa najviac prejazdov uskutočnilo počas sezóny Apríl – September a najsilnejší mesiac bol august s 51 975 uskutočnenými prejazdmi.

Tabuľka 6: Štatistiky z cyklosčítačov (2015 – 2016)

Hrádza Berg	2015	2016	Zmena v %
Smer SK	78 254	84 968	8,58
Smer AT	66 435	74 009	11,4
Spolu	144 689	158 977	9,87
Viedenská cesta	2015	2016	Zmena v %
K Starému mostu	132 347	159 964	20,87
K Mostu SNP	121 821	164 524	35,05
Spolu	254 168	324 488	27,67

K významným, a z hľadiska služieb cestovného ruchu kľúčovým aktivitám organizácie patrí prevádzka turistických informačných centier (ďalej len TIC) zameraných na poskytovanie komplexných služieb a informácií turistom a návštevníkom mesta. Dve stále centrá – na Klobučníckej ulici a na Letisku M. R. Štefánika a sezónne centrá (na Hlavnej stanici a Autobusovej stanici) disponujú informačno-propagačnými materiálmi, zaškoleným personálom na poskytovanie informácií o turistickej ponuke Bratislavy. TIC Klobučnícka je v prevádzke v mesiacoch apríl – október od 9.00 do 19.00 (70 prevádzkových hodín týždenne), v mesiacoch november – marec od 9.00 do 18.00 hod (63 prevádzkových hodín týždenne). TIC BTB na Letisku M. R. Štefánika vykryva najviac vyťažené časy z hľadiska príletov a odletov (v priemere 60 prevádzkových hodín týždenne). V roku 2016 stúpla návštevnosť TIC v priemere o 4 % v porovnaní s rokom 2015. Návštevnícky najsilnejším mesiacom bol, tak ako aj po minulé roky, august, nasledovali mesiace júl a jún. Návštevnícky najsilnejšími dňami boli pondelok, piatok a sobota. Celkový počet dopytov v TIC vzrástol oproti roku 2015 o 4,5 %, z 85 115 na 88 973. Súčasťou aktivít TIC je aj predaj Bratislava City Card (ďalej aj BCC). Za rok 2016 bolo predaných celkovo 2 724 ks kariet, z toho 994 jednodňových, 818 dvojdňových a 912 trojdňových. U províznych partnerov bolo predaných 435 ks BCC (51 jednodňových, 203 dvojdňových a 181 trojdňových). Oproti roku 2015 ide o nárast predaja o 31 %.

Graf: Predaj BCC 2015 - 2016



Ďalšími relevantnými ukazovateľmi na zhodnotenie kondície cestovného ruchu sú aj údaje o návštevnosti vybraných zariadení turistickej infraštruktúry. Máme k dispozícii údaje o návštevnosti expozícií a výstav Múzea mesta Bratislavy (ďalej len MMB), ktoré súhrnne spravuje 9 subjektov na území mesta Bratislava. Môžeme konštatovať, že údaje reflektujú situáciu v kultúrnom cestovnom ruchu, ktorá sa javí pozitívne vzhľadom na celkový nárast návštevnosti subjektov MMB v roku 2016 (255 533) oproti roku 2015 (201 852) o takmer 27 %. Potešujúce je, že nárast platiacich návštevníkov bol až 29 %, neplatiacich 16,37 %.

Súhrnne možno konštatovať, že výkony cestovného ruchu v destinácii Bratislava mali v roku 2016 rastúcu tendenciu oproti roku 2015, čo potvrdzuje pozitívny trend v úrovni konkurencieschopnosti Bratislavy ako cieľového miesta na medzinárodnom trhu cestovného ruchu. Zároveň sú tieto čísla utvrdením o cieľavedomom a vhodne orientovanom manažmente a marketingu destinácie Bratislava realizovaného BTB a jej partnermi.

1. MARKETING A PROPAGÁCIA



Suma požadovanej dotácie: 558 202,- EUR
Suma použitej dotácie: 558 202,- EUR
Percentuálne využitie poskytnutých zdrojov: 100 %

Obsahová náplň aktivity je rozsiahla vzhľadom na charakter BTB ako organizácie destinačného marketingu a svojím zameraním sa orientuje prioritne na marketingovú podporu a využitie adekvátnych marketingových nástrojov k naplneniu hlavného zámeru stanovenému v projekte organizácie na rok 2016.

Edičná a video tvorba

Edičná a video tvorba organizácie je nosnou aktivitou z hľadiska potreby disponovania informačno-propagačnými materiálmi o destinácii (účasť na veľtrhoch, výstavách CR, prezentáciách, zásobovanie TIC BTB a partnerských TIC, členov, partnerov, subjektov CR v destinácii a pod.). Video tvorba sa vzťahuje ku kreovaniu obsahu marketingových a PR kampaní a ku komunikácii destinácie pred širokou i odbornou verejnosťou. V roku 2016 sa realizovala rozsiahla edičná tvorba pozostávajúca z širokého spektra aktivít:

Edičná tvorba v roku 2016 pozostávala z vydania titulov: brožúra formátu 4 DL s titulmi Bratislava City Card (5 000 ks), Primaciálny palác SJ, AJ, NJ (15 000 ks), nové tituly Šport & relax SJ, AJ, NJ (26 000 ks), Rodina & deti SJ, AJ, NJ (26 000 ks), Mesto chutí SJ, AJ, NJ (25 000 ks), brožúra A Day on Danube (spolupráca pri zostavení brožúry s Danube Competence Centre, dodanie textov a fotografií), brožúra Malá Bratislava v 9 jazykových mutáciách (spolu 200 000 ks), produkcia bedekra Bratislava Guide - Sprievodca regiónom pri príležitosti konania podujatia SK PRES (37 000 ks), mapy pre potreby SK PRES – skladacia mapa Bratislava (200 000 ks), ako aj manuál prvého kontaktu určený pre pracovníkov prvého kontaktu a pre potreby SK PRES (200 ks). Visitor's guide (10 000 ks). V rámci spolupráce s Bratislavským kultúrnym a informačným strediskom (ďalej len BKIS) na podujatí Kultúrne leto a hradné slávnosti 2016 bol vydaný bulletin k podujatiu (1000 ks).

Aktualizácia a tlač alebo dotlač existujúcich formátov prebehla v rozsahu: dotlač Múzea a galérie SJ, AJ, NJ (35 000 ks), aktualizácia skladacej mapy centra mesta, aktualizácia a dotlač titulu Tajné fajné miesta SJ, AJ, NJ (5500 ks), dotlač a aktualizácia textov (vrátane nových jazykových mutácií) Zlatá Bratislava – v 4 jazykových mutáciách (30 000 ks) redizajn

a korektúra textov pre MICE brožúru MICE/MEET Here v AJ a tlač v náklade 500 ks, dotlač turistických máp formátu A2 (30 000 ks), formátu A3 – trhacia mapa (315 000 ks), leták k BCC karte (35 000 ks), Running city (2 000 ks).

Uvádzame celkový edičný rozsah organizácie za rok 2016, vrátane nákladov, ktoré boli hradené aj z členských zdrojov organizácie, kofinancovaním projektu.

Titul	Počet ks	Poznámka
BCC (brožúra)	5 000	SK, EN
BCC (leták)	35 000	DE, SK, EN
Bratislava Guide	37 000	SK PRES, použité člen. zdroje
Bratislava skladacia mapa	200 000	SK PRES, použité člen. zdroje
Bulletin Kultúrne leto a hradné slávnosti	1 000	SK, EN
FAM TRIP MICE (leták)	1 500	EN
Malá Bratislava	200 000	CN, RU, HU, FR, IT, ES, DE, SK, EN
Mesto chutí	25 000	DE, SK, EN
MICE (brožúra)	500	EN
Múzeá a galérie	35 000	DE, SK, EN
Primaciálny palác	15 000	DE, SK, EN
Rodina & deti	26 000	DE, SK, EN
Running City	2 000	EN
Šport & relax	26 000	DE, SK, EN
Tajné fajné miesta	5 500	SK, EN
Turistická mapa (skladacia)	30 000	SK, EN
Turistická mapa (trhacia)	315 000	(časť z SK PRES člen. zdrojov) SK, EN
Visitor's Guide	10 000	SK PRES, použité člen. zdroje
Zlatá Bratislava	30 000	IT, ES, SK, EN



Okrem toho prebehla tlač plagátov podporujúcich vlastné produkty a aktivity, ako aj podujatia a produkty partnerov, tlač vizitiek, nálepiek (napr. do MHD, na podporu produktu BCC) a iných potrebných materiálov pre prevádzku a prezentáciu BTB a prezentáciu destinácie. Samostatnou skupinou aktivít sú grafické práce a služby vzťahujúce sa k tvorbe a zostaveniu brožúr, vizuálov, prezentačných materiálov, content marketingu a pod. Spoločne s týmito službami využila BTB aj služby autorskej úpravy textov, prekladov vybraných titulov a podkladov (vrátane podkladov na web stránku) do rôznych jazykových mutácií, kreatívne práce a návrhy a pod., ako aj zakúpenie licencovaných fotografií na prezentačné a propagačné účely, poskytovanie novinárom, bloggerom, médiám a pod.



Video tvorba v roku 2016 sa koncentrovala najmä na update a editáciu existujúcich videoklipov vytvorených ku kampani „Like a King and Queen“, za účelom ich efektívneho zamerania na vybrané cieľové skupiny a komunikované témy, s ohľadom na trhy, na ktoré boli videá zamerané. Významným výstupom bolo zrealizovanie prezentačného videa k BCC karte, ktoré umožnilo efektívnou formou prezentovať tento produkt okrem iného aj na linkách integrovanej dopravy mesta Bratislava a pod. Video sa premieta v priestoroch TIC BTB, a účelovo sa prezentuje aj počas veľtrhov, výstav a prezentácií, ktorých je BTB účastníka. V spolupráci s Dopravným podnikom mesta Bratislava sa zrealizoval projekt hlásení zastávok v anglickom jazyku, ktoré uľahčujú zahraničným turistom cestujúcim vo verejných dopravných prostriedkoch orientáciu v meste. Hlásenia na jednotlivých zastávkach upozorňujú v anglickom jazyku na blízkosť vybraných atraktivít CR v meste. Súčasťou agendy tejto kapitoly bola i tematicky súvisiaca technická podpora pre vybrané projekty a produkty BTB. Išlo o zabezpečenie hardvéru pre foto / video korunovačný point (viac v ďalšom texte), ako aj o zabezpečenie softvérových riešení pre dotykové moduly v TIC BTB. Obe aktivity prispievajú k digitalizácii a tvorbe smart riešení pre návštevníkov mesta.

Veľtrhy, výstavy CR, prezentácie

Rozsiahlou a z hľadiska obsahovej náplne významnou súčasťou aktivít organizácií cestovného ruchu je účasť na medzinárodných veľtrhoch, výstavách a prezentáciách CR. Ide v prvom rade o možnosť prezentovať destináciu a jej ponuku širokej i odbornej verejnosti, dostať sa do povedomia, zviditeľniť sa na medzinárodnom trhu CR. Nemenej významný je aj benefit pre zamestnancov BTB zúčastňujúcich sa uvedených podujatí v podobe vzdelávania sa, získavania poznatkov o stave a trendoch CR v medzinárodnom meradle, možnosť networkingu, benchmarking s ostatnými destináciami, účasť na vzdelávacom programe, ktorý býva súčasťou týchto podujatí a pod. V roku 2016 sa BTB zúčastnila nosných veľtrhov s vlastnou expozíciou alebo ako spoluvystavovateľ na partnerských expozíciách krajskej organizácie cestovného ruchu Bratislava Region Turism (ďalej len BRT) a Slovenskej agentúry pre cestovný ruch (ďalej len SACR).

Veľtrh Ferien Messe Wien (14.-17. 01. 2016) je kľúčovou udalosťou z hľadiska výnimočného postavenia dvoch hlavných miest – Viedne a Bratislavy (blízkosť, dopravná dostupnosť, letecké spojenia, návštevnosť Viedne a pod.) a potenciálu, ktorý táto unikátna lokalizácia predstavuje pre Bratislavu. Súčasťou zabezpečenia expozície BTB na veľtrhu a s tým súvisiacich výdavkov bolo zabezpečenie plochy, vystavovateľské poplatky, doplnkových technických a výstavníckych služieb, prezentácie (hudobné a iné umelecké vystúpenia typické pre Bratislavu a miestnu kultúru), doprava, cestovné a ubytovacie výdavky, obstaranie reklamnej plochy a bannerov na veľtrhu na zviditeľnenie prezentácie Bratislavy a pod. BTB pri tejto príležitosti úzko spolupracovala s vlastnými členmi, ktorí mali k dispozícii vystavovateľské pulty na prezentovanie svojej ponuky a poskytovanie informácií. Taktiež BTB spolupracovala s KOCR BRT, pričom BRT zabezpečovala na expozícii prezentáciu regiónu a atrakcií v okolí hlavného mesta, zároveň finančne participovala na vybraných položkách expozície, čím sa dosiahol synergický efekt spolupráce BTB a BRT.



FITUR Madrid (20.-24. 01. 2016) je medzinárodný veľtrh cestovného ruchu, ktorý patrí medzi tradičné výstavy cestovného ruchu na španielskom trhu. Je globálnym miestom stretnutia profesionálov v cestovnom ruchu a lídrom medzi veľtrhmi pre prichádzajúce a odchádzajúce Ibero americké trhy. Rastúce počty španielskych návštevníkov v Bratislave potvrdzujú opodstatnenosť účasti BTB na tomto podujatí. V roku 2016 sa ho zúčastnilo 9 605 vystavujúcich spoločností zo 164 krajín, 124 659 obchodných účastníkov a 107 213 ľudí zo širokej verejnosti, zároveň prítomnosť 7 184 novinárov zo 60 krajín. BTB sa veľtrhu zúčastnila ako priamy spoluvystavovateľ na národnom stánku SACR. Na tomto v poradí už 36. ročníku medzinárodného veľtrhu cestovného ruchu Fitur sa BTB predstavila vôbec po prvýkrát, účastníci za BTB mali počas veľtrhu viacero zaujímavých stretnutí a obchodných rokovaní. Náklady BTB: účastnícky poplatok a sprievodné náklady (cestovné, ubytovanie).



Veľtrh ITF Slovakiatour (28.-31. 01. 2016) je vlajkovou loďou prezentácie cestovného ruchu na Slovensku, kde sa na prezentáciu hlavného mesta a regiónu kladie veľký dôraz a význam. V súlade so zameraním prezentácie destinácie v minulých rokoch sa BTB aj v roku 2016 podieľala na realizácii expozície v spolupráci s BRT, so zabezpečením vybraných súčastí. BTB zabezpečila hudobné umelecké vystúpenie (Funny Fellows, Pressburger Klezmer Band), vybrané služby vystavovateľom od prenajímateľa plochy (Incheba a.s.), prezentátorov destinácie a jej typickej gastronómie.



Holiday World Praha (18.-21. 02. 2016) Český trh je číslom jedna v rámci zdrojových trhov Bratislavy, preto je účasť na najväčšom podujatí CR v Česku pre BTB nevyhnutnosťou. V rámci spoluvystavovateľskej účasti na národnom stánku SACR hradila BTB účastnícky poplatok, sprievodné náklady (doprava, ubytovanie a pod.) a vybrané súčasti prezentácie (napr. tlač papierových koruniek ako symbolického spomienkového predmetu pre deti). V spolupráci so SACR sme mali ako priamy vystavovateľ príležitosť prezentovať hlavné mesto na národnom stánku.



Utazás Budapešť (03. – 06. 03. 2016) podobne ako predchádzajúce veľtrhy predstavuje zacielenie na top zdrojové trhy pre Bratislavu a stáva sa tak významnou platformou pre oslovenie maďarského trhu, ktorý je známy vysokým stupňom poznania Bratislavy, jej kultúrnej ponuky ako aj ponuky podujatí, preto je veľmi náročný na kvalitu poskytovaných informácií a novinky v ponuke. Účasť zahŕňala uhradenie účastníckeho poplatku a sprievodných nákladov (doprava, ubytovanie). V spolupráci so SACR sme mali ako priamy vystavovateľ príležitosť prezentovať hlavné mesto na národnom stánku



ITB Berlín (09.-13. 03. 2016) je tradičný a etablovaný veľtrh cestovného ruchu. Patrí medzi najväčšie podujatia svojho druhu na svete. Na podujatí sa stretáva ponuka s dopytom na globálnom svetovom trhu. ITB predstavuje fórum pre efektívne B2B stretnutia odborníkov zo všetkých oblastí turizmu a cestovania, zároveň je miestom konania najvýznamnejších odborných podujatí, prednášok, konferencií a seminárov so širokou špecializáciou a rôzne segmenty medzinárodného trhu cestovného ruchu. Účasť BTB na národnom stánku SACR (účastnícky poplatok, sprievodné náklady – doprava a ubytovanie) umožnila mnohé perspektívne obchodné a partnerské stretnutia. Pre zamestnancov je podujatie veľmi prínosné aj z hľadiska možnosti vzdelávať sa a získať nové poznatky na odbornom programe k veľtrhu.

V spolupráci so SACR sme mali ako priamy vystavovateľ príležitosť prezentovať hlavné mesto na národnom stánku.



Donausalon Berlín (10. 03. 2016): paralelne s veľtrhom ITB Berlín sa organizuje aj podujatie Donausalon, ktoré sa orientuje na podporu a rozvoj spolupráce krajín a regiónov, ktoré vzájomne prepája Dunaj. Prezentácia podunajských krajín sa konala na zastupiteľstve Baden – Württemberg. Bola sprevádzaná panelovou diskusiou zástupcov podunajských miest/krajín a následne sa konala ochutnávkou gastro špecialít zúčastnených krajín. BTB sa prezentovalo vínom z Malokarpatskej vinohradníckej oblasti, bratislavskými rožkami, plnenými lokšami, pagáčmi, syrmi a tradičnými nátierkami. Gastroponuka bola spojená aj s prezentáciou atraktivít cestovného ruchu, ktorá bola okrem hovoreného slova komunikačne podporená aj dostatočným počtom brožúr vrátane bannerovej prezentácie a premietaním videospotu o atraktivitách a voľnočasových aktivitách Bratislavy. Prezentácia krajín bola spoluorganizovaná Veľvyslanectvom SR v Berlíne.



IMEX Frankfurt (19.-21. 04. 2016) patrí medzi najprestížnejšie MICE veľtrhy vo svete. Slúži ako platforma pre B2B stretnutia pre nákupcov (buyers/visitors a hosted buyers) a poskytovateľov (destinácie a komerčné subjekty). Komunikačný jazyk je angličtina. BTB sa na podujatí prezentovala ako spoluvystavovateľ na stánku Slovak Convention Bureau / SACR (účastnícky poplatok, sprievodné náklady - doprava, ubytovanie). Prezentovali sa nové komunikačné posolstvá - accessibility, innovation, execution, safety. Súčasťou programu boli odborné prednášky a semináre.



MITT Moskva (23.-26. 03. 2016) je najväčší veľtrh svojho druhu v Ruskej federácii a najväčší jarný veľtrh určený predovšetkým odbornej verejnosti z oblasti CR. Radí sa medzi 5 najväčších svetových veľtrhov CR a vyznačuje sa vysokou koncentráciou dôležitých medzinárodných a ruských firiem pôsobiach v CR. BTB ako spoluvystavovateľ na stánku SACR (účastnícky poplatok) v zastúpení svojho člena prezentovalo ponuku destinácie. Vďaka prezentačným aktivitám ako aj obnoveným leteckým spojeniam Moskva – Bratislava sa počet ruských návštevníkov v Bratislave zvyšuje.



UITT Kyjev (30. 03. - 01. 04. 2016) ide o najväčší a najprestížnejší veľtrh cestovného ruchu na Ukrajine, určený profesionálom i širokej verejnosti. BTB ako spoluvystavovateľ na stánku SACR (účastnícky poplatok) v zastúpení svojho člena prezentovalo ponuku destinácie. Vďaka prezentačným aktivitám a obnovenému leteckému spojeniu Kyjev – Bratislava zaznamenávame rastúce čísla ukrajinských turistov.



Donaufestival Ulm, Nemecko (01.-10. 07. 2016) ide o 10. ročník prezentácie všetkých dunajských krajín. Je to medzinárodný festival Dunaja, ktorý okrem prezentácie gastronómie, remesiel a kultúrneho dedičstva, ponúka priestor pre diskusiu k odborným európskym a aktuálnym spoločenským témam, ktoré sa každoročne konajú za účasti národných, regionálnych, ale aj mestských politických vyslancov podunajských krajín. BTB sa zúčastnila na Donaufeste počas 4 dní od 07. - 10. 07. 2016 v spoločnom stánku s názvom Tourism & Nature, prezentovala ponuku svojich členov v nemeckom jazyku a na stánku prebiehala aj ochutnávka Frankovky modrej a Bratislavských rožkov.



Otvorenie Infopointu, Hainburg (11. 06. 2016): BTB v spolupráci s hlavným mestom Bratislava, BKIS a rakúskym Hotelom Altes Kloster slávnostne otvorili Infopoint Bratislava-Hainburg, ktorý tvorí spojenie medzi týmito mestami. Ide o vybudovanie plnohodnotného infocentra pre návštevníkov a turistov. Slávnostné otvorenie bolo



obohatené o ochutnávku regionálnych jedál a nápojov s mimoriadnym dôrazom na vína, ktoré zabezpečila BTB, spolu s umeleckým hudobným vystúpením FAT JAZZ Band a Hummel Quartett. Samozrejmosťou bola prezentácia atraktivít cestovného ruchu formou informačno – propagačných materiálov, videí a hovoreného slova prezentátorov destinácie.

TIC Experts Meeting Dublin (13. - 14. 09. 2016) 3. ročník stretnutia expertnej skupiny pracovníkov TIC v Dubline organizačne zabezpečilo európske združenie European Cities Marketing | ECM. Stretlo sa tu 86 manažérov a pracovníkov TIC zo 49 európskych miest. Meeting neslúžil len na výmenu vzájomného know-how, workshopy pod vedením odborníkov boli zároveň aj platformou pre vzdelávanie. Zamestnanci BTB mali možnosť obohatiť svoje poznatky o nové vedomosti, skúsenosti a príklady dobrej praxe. Účasť zahŕňala uhradenie účastníckeho poplatku, dopravu a ubytovanie.



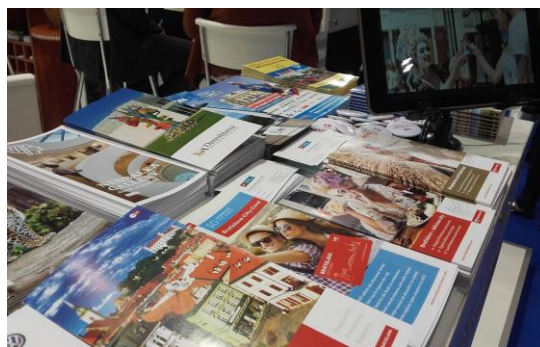
City Cards Meeting Oslo (29. - 30. 09. 2016) je podujatie organizované medzinárodnou asociáciou European Cities Marketing, ktorej je BTB členom. Ide o stretnutie projektových manažérov a marketérov turistických zľavových kariet. Podujatia sa zúčastnilo 63 zástupcov

členských miest ECM z 36 európskych krajín. Cieľom stretnutia bolo získavanie know-how z oblasti tvorby produktu a jeho implementácie do praxe. Programom bola aj prezentácia príkladov dobrej praxe niektorých účastníkov. Zabezpečenie účasti BTB pozostávalo z uhradenia účastníckeho poplatku a sprievodných nákladov (doprava, ubytovanie). Toto pravidelné výročné



stretnutie členov pracovnej skupiny City Cards je zamerané na marketingovú podporu turistických kartových produktov a vzdelávanie ich projektových manažérov. BTB mala možnosť prezentovať Bratislava City Card, ako aj samotnú destináciu Bratislava a jej atraktivitu.

WTM Londýn (07. - 09. 11. 2016): Podujatie je lídrom na trhu globálnych podujatí v odvetví turizmu na svete. Je určený výhradne odborným návštevníkom („business to business“), jeho súčasťou sú každoročne početné semináre, prezentácie, diskusie o najnovších poznatkoch a trendoch v segmente cestovného ruchu. Účasť BTB na spoločnej expozícii SACR (účastnícky poplatok, sprievodné náklady - doprava, ubytovanie) zabezpečila destinácii adekvátnu prezentáciu, ako aj rozšírenie existujúcich a nadviazanie nových partnerstiev.



IBTM Barcelona (29. 11. - 01. 12. 2016) veľtrh v Barcelone je určený predovšetkým pre nákupcov a predajcov B2B z celého sveta špecializujúcich sa na MICE odvetvie. Vystavovateľmi sú okrem subjektov ponúkajúcich konferenčné kapacity a incentívnych špecialistov aj hotely, kúpele, DMC, národné turistické organizácie, letecké spoločnosti či rôzne subjekty zastupujúce turistické atrakcie. Veľtrh je prioritou pre MICE oddelenie

BTB, ktoré sa IBTM zúčastnilo ako spoluvystavovateľ na stánku SACR/SCB (účastnícky poplatok, sprievodné náklady – doprava, ubytovanie).



V súvislosti s predsedníctvom Slovenskej republiky v Rade Európy – SK PRES 2016 - sa BTB podieľala na viacerých aktivitách súvisiacich s prezentáciou a priblížením Bratislavy odbornej i širokej verejnosti v európskom priestore. Okrem iného sa pri tejto príležitosti BTB zamerala na intenzívnu prezentáciu destinácie na miestach s frekventovaným výskytom turistov, ale v období SK PRES najmä oficiálnych návštev (delegácie, diplomati, politici, osobnosti verejného života v EÚ a pod.), ako napríklad letisko. Za týmto účelom využívala BTB reklamnú plochu – reklamné nosiče - na Letisku M. R. Štefánika v Bratislave na účinnú propagáciu Bratislavy a PR aktivity počas celého roku 2016.

V rámci podujatia SK PRES mala BTB zabezpečený priestor na prezentáciu v rámci podujatia Európsky summit miest a regiónov. Podujatie patrilo medzi najväčšie podujatia predsedníctva SR v Rade EÚ 2016. Obsahovo bol 7. ročník zameraný na popularizáciu vedy a podporu inovácií a start-upov prepojených s témou voda. Regióny Slovenska, jednotlivé krajiny a regióny Dunajskej stratégie prezentovali svoje turistické atrakcie zamerané najmä na vodu a kúpeľníctvo. Na prezentácii Bratislavy sa podieľalo BTB spolu s BRT.



BTB spoluorganizovala so SACR podujatie European Travel Commision – General Meeting a General Assembly. Podujatie tohto významu sa konalo prvýkrát v histórii samostatného Slovenska. V poradí 92. General Meeting European Travel Commision (ETC) sa konal od 23. do 25. novembra 2016 v Bratislave. Hlavnými témami bratislavského stretnutia boli dostupnosť v cestovnom ruchu, nákupný turizmus a trhy s rastúcim potenciálom. Okrem toho rokovali zástupcovia národných organizácií cestovného ruchu aj o spoločných marketingových aktivitách a kampaniach a schválili marketingový plán a rozpočet ETC na rok 2017. SACR v spolupráci s BTB a BRT využili podujatie aj na propagáciu cestovného ruchu Bratislavy a Bratislavského kraja. BTB sa finančne spolupodieľala na prezentácii a ochutnávke bratislavskej gastronómie, zabezpečilo reprezentatívne priestory a catering v rámci slávnostného večera dňa 24. 11. 2016, v Zrkadlovej sieni Primaciálneho paláca v Bratislave. SACR zabezpečila sprievodný kultúrny program pre účastníkov.



TIC BTB organizačne zabezpečilo III. kolokvium a valné zhromaždenie Asociácie informačných centier Slovenska (22.-23. 11. 2017), ktoré sa konalo v hoteli Tatra v Bratislave. V Moyzesovej sieni sa organizácia prezentovala v rámci podujatia Gala Italia, v zahraničí sa zástupcovia BTB zúčastnili slávnostného udeľovania cien v rámci súťaže Tourfilm Riga, kde BTB aj získala ocenenie (2. miesto) za prezentačné videoklipy.



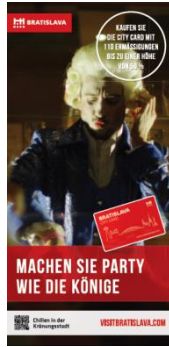
V roku 2016 sa zabezpečili aj vybrané súčasti prezentácie a účasti na medzinárodných veľtrhoch a výstavách v roku 2017. Ide najmä o účastnícke a vystavovateľské poplatky (FITUR Madrid 2017, Conventa Ľubľana 2017), prípadne o prenájom plochy na rok 2017. Z hľadiska rozsahu bolo významné zabezpečenie vystavovateľskej plochy na Ferien Messe Wien 2017. Keďže si BTB na tomto podujatí zabezpečovala samostatnú expozíciu (v spolupráci so svojimi partnermi), ide o veľký a finančne náročný projekt s potrebou zabezpečenia sprievodných vystavovateľských a technických služieb.

Turistický informačný systém, PR, komunikačné nástroje

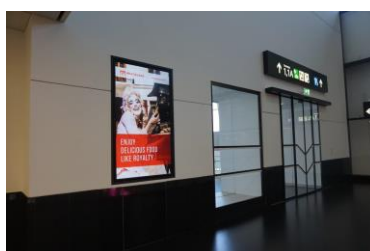
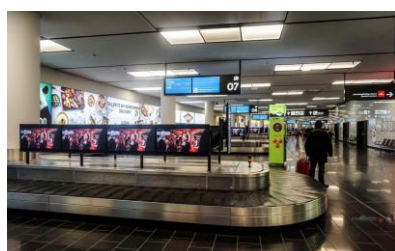
K prioritným aktivitám BTB patrí propagácia vrátane komplexných PR služieb, zahŕňajúcich kampane doma i v zahraničí, média mix, inzerciu, online a offline propagačné nástroje ako aj prácu s webovou stránkou organizácie a sociálnymi sieťami. Rok 2016 sa niesol v znamení viacerých významných projektov:

Kampaň Like a King and Queen: nosný projekt, ktorého výstupy v podobe tematických videoklipov (zameranie na umenie, hudbu, kultúru, šport, gastro, ubytovanie a wellness), plagátov, letákov a iných promo foriem boli intenzívne prezentované v priebehu roka 2016 v týchto formách, pričom intenzita a načasovanie kampane zohľadňovalo hlavnú sezónu a mimosezónne obdobie v destinácii (dominancia letná sezóna a Vianoce v Bratislave):





- online kampane (bannerová reklama na internete, sponzorované príspevky na sociálnych sieťach, videá na Youtube, Google AdWords, sponzorovaná online reklama na vybraných portáloch s parametrami, ktoré obsiahnu cieľové skupiny pre BTB a pod.). Kampane sa niesli v intenciách korunovačných a kráľovských tém, so zameraním na vybrané oblasti (kultúra a umenie, gastro, víkend v Bratislave) napr. Enjoy a Weekend Like a Royalty, Enjoy Delicious Food Like Royalty, Enjoy Art and Culture Like Royalty. PR aktivity na ktoré boli vynaložené prostriedky v tejto kapitole:
 - sponzorované príspevky na Facebooku: kontinuálne v priebehu celého roka, so zameraním na vybrané cieľové skupiny (zadávanie parametrov: národnosť, vek, záujmy a pod.) a ostatné sociálne médiá: Instagram, Youtube, Google AdWords a pod.,
 - online PR články,
 - zameranie na trhy: Belgicko, Nemecko, Rakúsko, parciálne i Česká republika,
- offline kampane vrátane intenzívnej propagácie v printových médiách (lifestylové magazíny a pod.), na reklamných nosičoch na strategických miestach. Ide najmä o infraštruktúru verejnej dopravy (letiská, autobusové a vlakové stanice, dopravné prostriedky – metro, vlaky, autobusy, iná dopravná infraštruktúra a pod.), kde je možné na vybraných interiérových resp. exteriérových plochách prezentovať destináciu. Cieľové trhy na kampane: Rakúsko (Viedeň), Nemecko (Berlín), Česká republika, čiastočne Slovensko.
- PR aktivity na ktoré boli vynaložené prostriedky v tejto kapitole:
 - nákup reklamného priestoru v prostriedkoch a zariadeniach dopravnej infraštruktúry na cieľových trhoch: letisko Berlín, metro stanice Berlín, regionálna doprava Berlín, regionálna doprava Rakúsko, letisko Viedeň, metro stanice Viedeň, metro Brusel, RegioJet v Českej republike, reklamné a inzertné časopisy v dopravných prostriedkoch (Nemecko, Rakúsko, Belgicko, Česká republika, Slovensko).

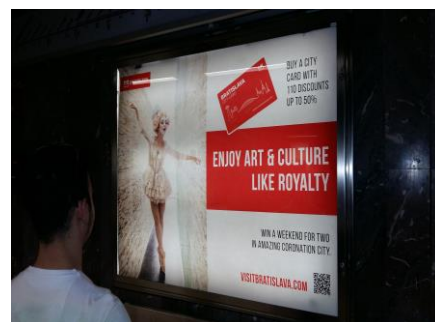


Rozsah kampane:

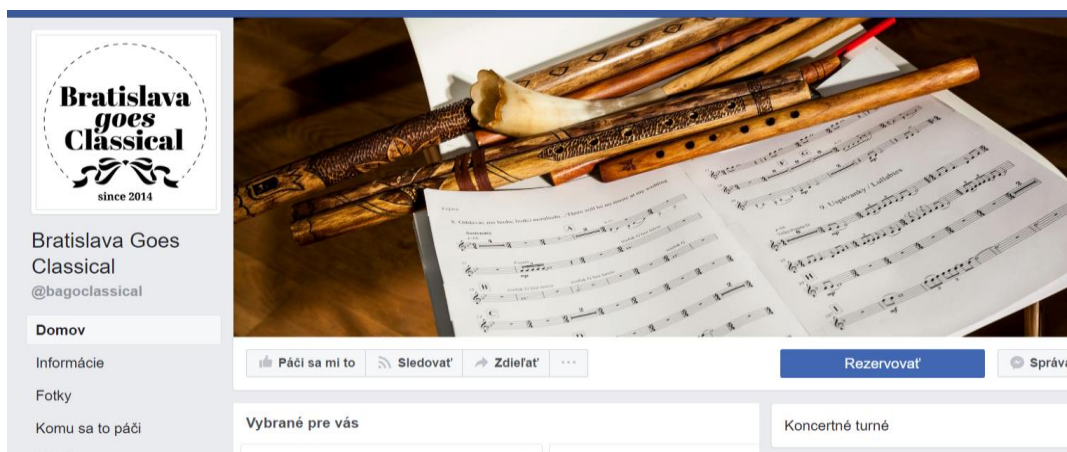
- metro Berlín, pred letnou sezónou (máj, jún) osadenie 380 plagátov v linkách metra, Letisko Berlín (máj – jún) osadenie reklamy na termináloch a v pasažierskych zónach,
- metro Viedeň (máj – jún) osadenie 750 plagátov v linkách metra, Letisko Viedeň (november – december) premietanie 100 video spotov – pozvánka na Vianoce v Bratislave, vlakové stanice Viedeň – 16 digilightov propagujúcich Vianoce a Silvester v Bratislave, v spolupráci s ÖBB umiestnenie plagátov (125 ks) a digilightov (80 ks) vo vlakových staniciach, v mesiacoch jún – december umiestnenie plagátov (200 ks) a videospotov v regionálnych autobusoch,
- videokampaň Vianoce v Bratislave prebiehajúca na všetkých autobusových linkách spoločnosti Regiojet v Českej a Slovenskej republike
- reklamný priestor v citylightoch na strategických miestach v Bratislave



Súčasťou aktivít v roku 2016 bola podpora vlastných produktov a projektov: BCC karta: propagovanie videa na letisku M. R. Štefánika, na Facebooku, v dopravných prostriedkoch v rámci integrovanej dopravy mesta Bratislava, v printových médiách a reklamný spot v rádiu (Slovenský rozhlas), vlastná doména bratislavacitycard. Nové videá k BCC karte sú v 4 jazykových mutáciách - slovenčina, nemčina, angličtina a španielčina a v 3 dĺžkach - 15, 30 a 60 sekúnd. BCC karta má zo strany organizácie výraznú komunikačnú a marketingovú podporu, keďže ide o nosný produkt prepájajúci mnohých poskytovateľov služieb, sieťujúci a združujúci subjekty CR a BTB a poskytujúci množstvo výhod pre turistov a návštevníkov. K novinkám z roku 2016 patrí zabezpečenie softvéru umožňujúceho online predaj prostredníctvom internetu, čo významným spôsobom zjednodušuje proces kúpy a prispieva tak k lepšej dostupnosti turistov ku karte ako aj k zvýšeniu predaja karty.

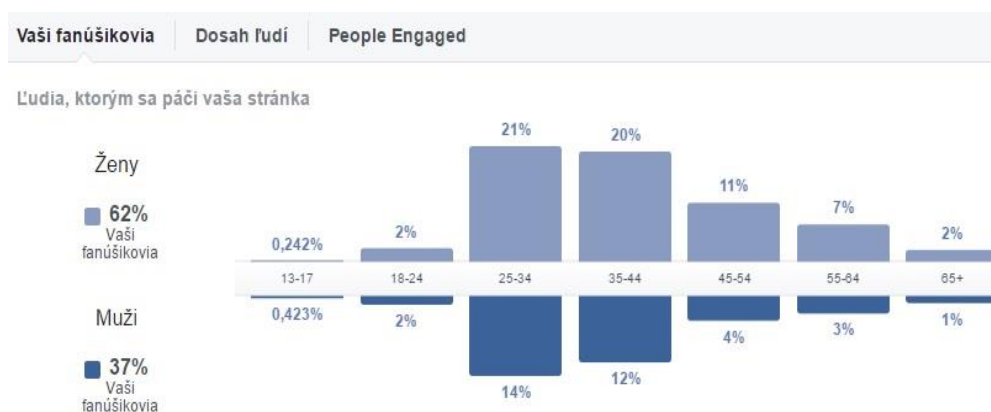


Projekt Bratislava Goes Classical (ďalej len BGC) propagujúci najmä koncertné, umelecké a hudobné dianie v meste bol podporovaný formou vlastných komunikačných kanálov, neustále sa obohacoval, aktualizoval a rozširoval jeho obsah, vrátane jazykových mutácií. Dodávateľské služby okrem iného obsahovali dodanie min. 15 relevantných podujatí mesačne, v troch jazykových mutáciách, čím sa zabezpečila obsahová náplň a informovanosť o dianí v destinácii (súčasť aj kapitoly Tvorba a podpora produktov). Súčasťou práce s verejnosťou je samostatný profil na sociálnej sieti Facebook – BGC, ktorý prináša aktuálne informácie o kultúrnom programe v Bratislave, pozvánky na jednotlivé podujatia, informácie o predaji lístkov a pod.

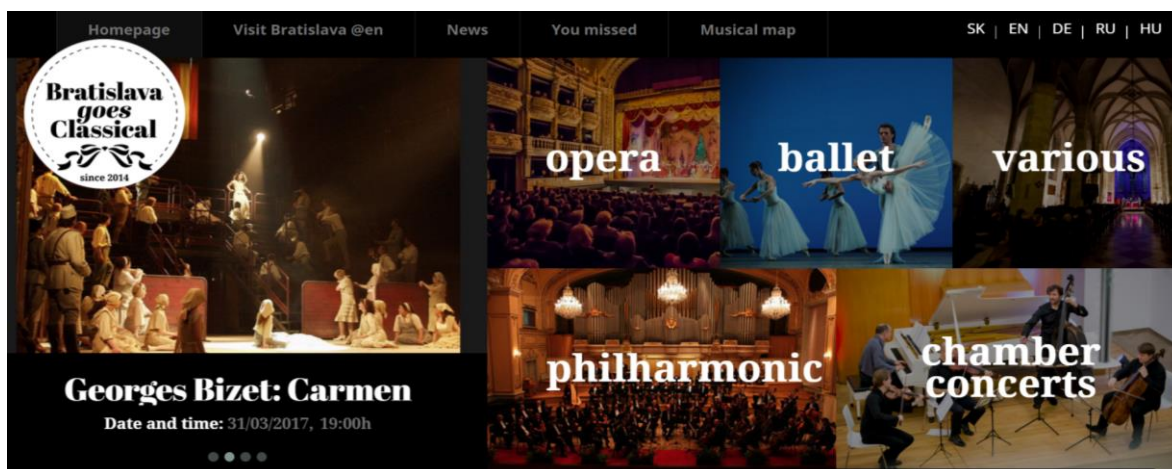


Vybrané štatistiky k profilu BGC na Facebooku:

Krajina	Vaši fanúšikov...	Mesto	Vaši fanúšikov...	Jazyk	Vaši fanúšikov...
Slovensko	916	Bratislava, Bratislava R...	499	Slovenčina	634
Maďarsko	357	Budapest, Budapest	121	Maďarčina	369
Rakúsko	130	Vienna, Vienna	90	Angličtina (USA)	205
Česká republika	126	Prague, Prague	21	Čeština	150
Spojené kráľovstvo	14	Kosice, Košice Region	20	Angličtina (Spojené krá...	110
Nemecko	13	Tmava, Tmava Region	19	Nemčina	66
Spojené štáty americké	10	Banská Bystrica, Bansk...	15	Taliančina	14
Rumunsko	8	Brno, South Moravian ...	12	Francúzština (Francúzs...	14
Švajčiarsko	7	Presov, Presov	12	Rumunčina	13
Taliansko	5	Nitra, Nitra Region	11	Arabčina	13

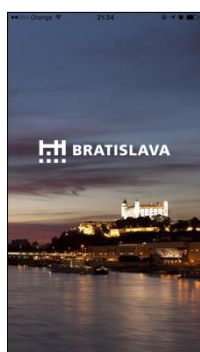


Web stránka BGC je dostupná v piatich jazykových mutáciách a poskytuje detailný prehľad o všetkom podstatnom v kultúrnom dianí v Bratislave.



Samostatnou a bohatou kapitolou je napĺňanie, údržba, aktualizácia web stránky organizácie (vrátane podstránky venovanej MICE segmentu). S uvedeným súvisí zabezpečovanie prekladov do cudzích jazykov (prevažne angličtina, nemčina, španielčina, francúzština, taliančina, ruština a i.). Prekladateľské služby využíva BTB na široké spektrum účelov. Okrem prekladov príspevkov na web stránku (aj jednotlivé podstránky) a Facebook profil, sa zabezpečujú preklady tlačенých materiálov, vybraných sloganov a hesiel do kampaní, na účely partnerskej spolupráce (tvorba podporných komunikačných materiálov k podujatiam – plagáty, letáky, bulletiny a pod. a ich preklad). So spravovaním web stránky súvisia i technická podpora (správa domény, programovacie práce – nová aplikácia pre iOS aj Android, umožňujúca aj online predaj, nové sekcie na web stránke, nové funkcionality; správa servera, aktualizácia webu, hosting a pod.). Vytváranie obsahu pre PR obsahuje aj získanie licencií na používanie snímok, zakúpenie licencovaných fotografií - účel: prezentačné a propagačné aktivity, poskytovanie fotografií partnerom, členom, médiám, na účely PR článkov a imidžových prezentácií destinácie. V roku 2016 získala BTB licencie na dodané fotografie od partnerských subjektov z radov organizátorov vybraných podujatí, v ktorých BTB organizačne zabezpečila vybrané zložky podujatí. Zmluvne získala BTB licencie na cca 150 ks umeleckých autorských fotografií od viacerých autorov, mapové licencie – systém slúžiaci na nahrávanie obsahu do mobilnej aplikácie, čo sa zároveň premietne na web stránke aj v obrazovke TIC BTB.

Výrazným spôsobom bola v roku 2016 inovovaná a technicky podporená mobilná aplikácia Bratislava City. Získala nový atraktívny vzhľad, kompatibilitu pre IOS i Android, je bezplatná a prepojená na stránku visitbratislava.com, obsahuje informácie o aktuálnych podujatiach, miestach záujmu spolu s navigáciou, plánovač výletov a pracuje aj v offline režime. K dispozícii je aj aplikácia Cyklotrasy Bratislava City, ktorá je bezplatne dostupná, prepojená na bratislava.cyklotrasy.sk, kompatibilná pre iOS i Android, zaznamenáva aktuálnu trasu a pracuje aj v offline režime.



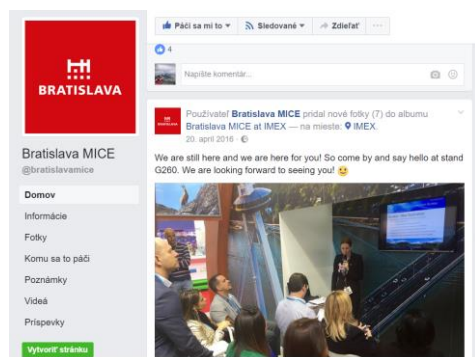
Významnou súčasťou tvorby a podpory vlastných produktov v roku 2016 bola iniciácia realizácie korunovačného foto-video pointu v Michalskej veži. Ide o technologicky inovatívne, vizuálno-interaktívne zariadenie, ktoré atraktívnou formou sprístupňuje návštevníkom tému korunovácie a korunovačná Bratislava – motto „Staň sa kráľom“.



Prostredníctvom moderných technológií obohatí toto zariadenie program návštevníkov Michalskej veže o aktívny zážitkový formát, umocňujúci korunovačnú tému expozície

mestského múzeá v duchu hesla „Staň sa kráľom“. Súčasťou projektu bolo zabezpečenie hardware a software riešenie foto–video pointu vrátane technického zabezpečenia, potrebného pre finálnu realizáciu, kľúčovacie zelené pozadie s video obsahom zobrazujúci procesiu a výjavy korunovácie, HD kameru určenú pre zaznamenanie a prenos foto–video sekvencie prenos dát až do výslednej zážitkovej podoby, vrátane ďalšej možnosti šírenia a komunikácie prostredníctvom sociálnych médií. Výstupom je možnosť návštevníkov odfotografovať sa/natočiť krátke video v dobových kostýmoch, s tematickými rekvizitami a autentickým pozadím s korunovačnou tematikou.

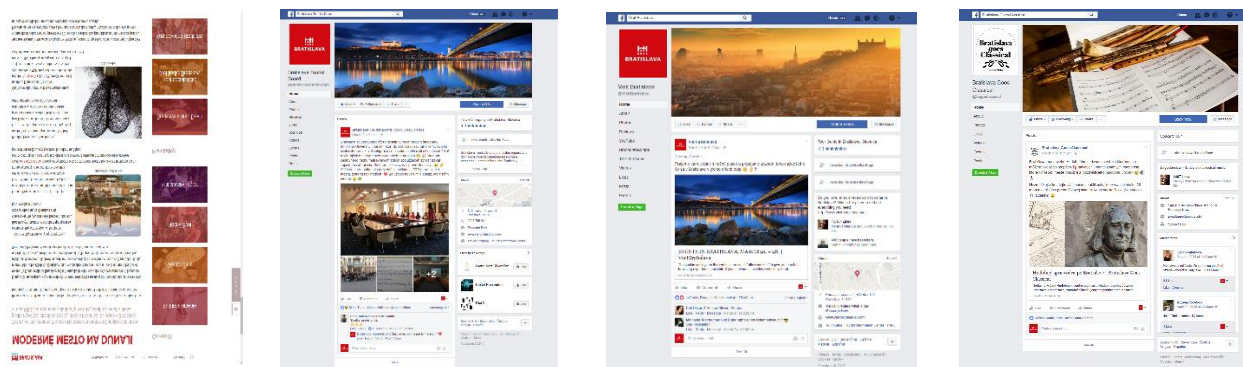
Komunikačná a PR podpora projektom oddelenia MICE BTB zameraného na segment MICE: Cílená online kampaň na buyerov pred a počas veľtrhu IMEX Frankfurt zabezpečená cez sociálne siete Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn. Išlo o aktivizáciu komunikácie MICE cestovného ruchu Bratislavy na sociálnych sieťach. Kampaň prebiehala v termíne 4.-30. 04. 2016 v troch fázach (1. Komunikovanie výhod Bratislavy ako vhodnej destinácie pre MICE cestovný ruch, 2. Komunikovanie prítomnosti Bratislava Convention Bureau na veľtrhu IMEX 2016 vo Frankfurte 3. Záverečná komunikácia po návrate z veľtrhu). Kampaň bola veľmi úspešná. Komunikácia Bratislava Convention Bureau získala v priebehu niekoľkých týždňov na Facebooku viac ako 700 fanúšikov z danej cieľovej skupiny. Keďže reklamné kampane boli úzko zamerané na profesionálov z oblasti MICE, fanúšikovská báza je vysoko kvalitná a má veľký potenciál na ďalšie rozvíjanie a komunikovanie MICE priemyslu Bratislavy. Na sociálnych sieťach Twitter a LinkedIn sa podarilo organickým rastom získať ďalších viac ako 150 followerov, medzi ktorých patria aj známe značky a osobnosti MICE priemyslu. Potenciál na rozvoj má hlavne Twitter, ktorý profesionáli z tejto oblasti využívajú ako jeden z primárnych komunikačných kanálov v rámci komunity.



Web stránka organizácie www.visitbratislava.com a profil na sociálnej sieti Facebook sú základnými komunikačnými nástrojmi BTB. Z dôvodu zabezpečenia maximálnej

aktuálnosti a relevancie obsahu, využíva BTB dodávateľské služby portálu Citylife.sk (zabezpečené Kultúrka o.z.), pričom ide o dodanie a nahranie minimálne 15 podujatí mesačne v troch jazykových mutáciách na web stránku BTB.

Neustále prebieha aktualizácia a dopĺňanie informácií tak na webe ako aj FB profile, vrátane jazykových mutácií (AJ, NJ). Evidujeme pozitívne štatistiky a to takmer 80 % návštevníkov web stránky sú noví návštevníci stránky. Najpoužívanejším jazykom je angličtina, nasleduje slovenčina, nemčina, ruština. 10 krajín, z ktorých sú najčastejšie prístupy na stránku sú: Slovensko, Rakúsko, Veľká Británia, Nemecko, USA, Česko, Rusko, Maďarsko, Belgicko, Taliansko. Z dôvodu spustenia novej verzie web stránky visitbratislava v máji 2015, sú štatistiky v porovnaní rokov 2015 a 2016 veľmi priaznivé v prospech roku 2016 (nárast relácií oproti roku 2015 o takmer 400 %, nárast používateľov o cca 395 %, nárast zobrazení stránky o 300 %).



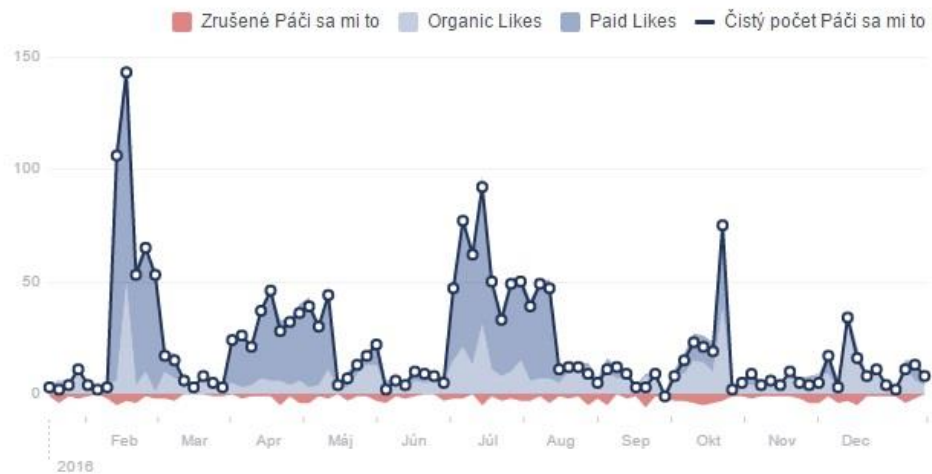
Facebook profil Visitbratislava mal v decembri 2015 počet „likes“ 6470, v decembri 2016 to už bolo 14 871 „likes“ (+ 130 %).

Nasledujúce grafy poskytujú informácie o porovnaní vybraných ukazovateľov profilu na sociálnej sieti Facebook. Evidujeme rastúce tendencie pri všetkých skúmaných ukazovateľov.



Čistý počet Páči sa mi to

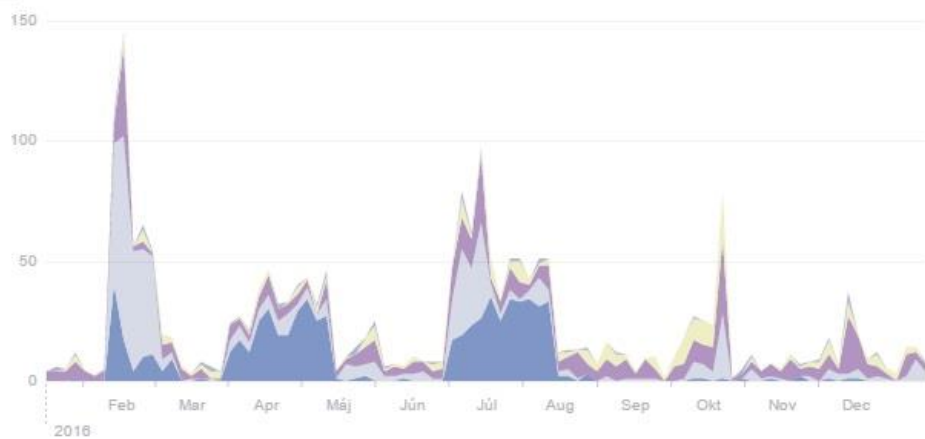
Net likes shows the number of new likes minus the number of unlikes.



Zdroj vašich Páči sa mi

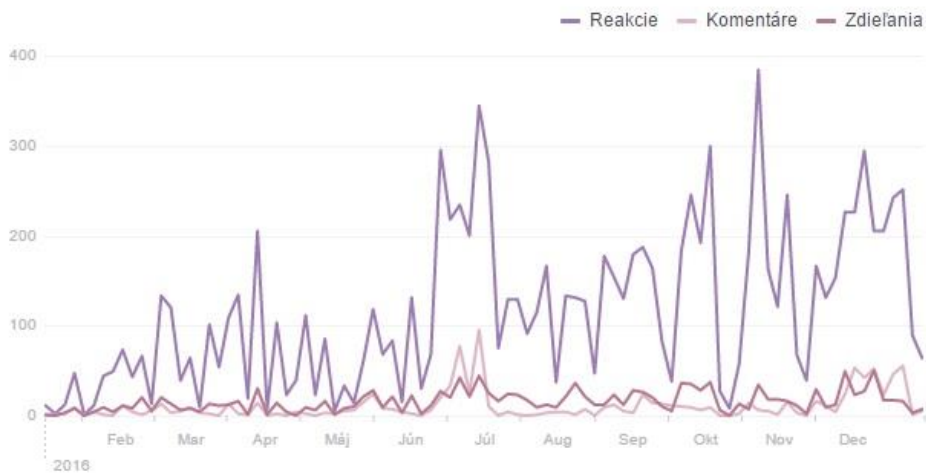
The number of times your Page was liked, broken down by where it happened.

Page Suggestions (dark blue), Reklamy (light blue), Na vašej stránke (purple), Nezaradené do kategória - stolové počítače (yellow), Ostatné (grey).



Reakcie, komentáre a zdieľania

These actions will help you reach more people.



Kampaň k partnerským projektom

Všetky podujatia a projekty do ktorých BTB vstupuje v pozícii partnera, spoluorganizátora prípadne organizátora podporuje intenzívne formou komunikačnej podpory a propagácie (Facebook, web stránka a pod.). Zároveň informuje potenciálnych i existujúcich návštevníkoch o širokej ponuke podujatí (vrátane tých, do ktorých nie je priamo organizačne zainteresovaná, ale ktoré svojou kvalitou, reputáciou a obsahom spĺňajú kritériá na podporu a prezentovanie). V roku 2016 sme promovali nasledovné partnerské projekty: (sponzorované príspevky na Facebook, online inzercia, bannery, prezentačné články, kalendár podujatí na web stránke visitbratislava a pod.)

- ISU – Majstrovstvá Európy v krasokorčuľovaní (27. 01. – 31. 01. 2016). BTB zabezpečila komunikačnú online podporu (FB, Google, web stránka a pod.). V rámci spolupráce na podujatí mala BTB zabezpečený prezentačný a propagačný priestor vo všetkých výstupoch k podujatiu. BTB zabezpečila vybrané podporné súčasti podujatia (viac v kapitole Tvorba a podpora produktov).
- ČSOB Marathon 2016 (02. – 03. 04. 2016). BTB zabezpečila komunikačnú online podporu (FB, Google, web stránka a pod.). V rámci spolupráce na podujatí mala BTB zabezpečený prezentačný a propagačný priestor vo všetkých výstupoch k podujatiu. BTB zabezpečila vybrané podporné súčasti podujatia (viac v kapitole Tvorba a podpora produktov).
- Národný beh Devín – Bratislava 2016 (10.04.2016) BTB zabezpečila komunikačnú online podporu (FB, Google, web stránka a pod.). V rámci spolupráce na podujatí mala BTB zabezpečený prezentačný a propagačný priestor vo všetkých výstupoch k podujatiu. BTB zabezpečila vybrané podporné súčasti podujatia (viac v kapitole Tvorba a podpora produktov).
- Bratislava pre všetkých (21.– 24.04. 2016). BTB zabezpečila komunikačnú online podporu (FB, Google, web stránka a pod.). V rámci spolupráce na podujatí mala BTB zabezpečený prezentačný a propagačný priestor vo všetkých výstupoch k podujatiu. BTB zabezpečila vybrané podporné súčasti podujatia (viac v kapitole Tvorba a podpora produktov).
- Culinary Days - Špargľové dni (28. – 30.04. 2016). BTB zabezpečila komunikačnú online podporu (FB, Google, web stránka a pod.). V rámci spolupráce na podujatí mala BTB zabezpečený prezentačný a propagačný priestor vo všetkých výstupoch k podujatiu. BTB zabezpečila vybrané podporné súčasti podujatia (viac v kapitole Tvorba a podpora produktov).

- Bratislavský majáles (05. – 07. 05. 2016). BTB zabezpečila komunikačnú online podporu (FB, Google, web stránka a pod.). V rámci spolupráce na podujatí mala BTB zabezpečený prezentačný a propagačný priestor vo všetkých výstupoch k podujatiu. BTB zabezpečila vybrané podporné súčasti podujatia (viac v kapitole Tvorba a podpora produktov).
- Noc múzeí (21. 05.2016). BTB zabezpečila komunikačnú online podporu (FB, Google, web stránka a pod.). V rámci spolupráce na podujatí mala BTB zabezpečený prezentačný a propagačný priestor vo všetkých výstupoch k podujatiu. BTB zabezpečila vybrané podporné súčasti podujatia (viac v kapitole Tvorba a podpora produktov).
- Culinary Days - Jahodové dni (16. – 19.06.2016). BTB zabezpečila komunikačnú online podporu (FB, Google, web stránka a pod.). V rámci spolupráce na podujatí mala BTB zabezpečený prezentačný a propagačný priestor vo všetkých výstupoch k podujatiu. BTB zabezpečila vybrané podporné súčasti podujatia (viac v kapitole Tvorba a podpora produktov).
- Bratislava City Downhill (22. – 25.06.2016). BTB zabezpečila komunikačnú online podporu (FB, Google, web stránka a pod.). V rámci spolupráce na podujatí mala BTB zabezpečený prezentačný a propagačný priestor vo všetkých výstupoch k podujatiu. BTB zabezpečila vybrané podporné súčasti podujatia (viac v kapitole Tvorba a podpora produktov).
- Korunovačné slávnosti (24. – 26.06. 2016). BTB zabezpečila komunikačnú online podporu (FB, Google, web stránka a pod.). V rámci spolupráce na podujatí mala BTB zabezpečený prezentačný a propagačný priestor vo všetkých výstupoch k podujatiu. BTB zabezpečila vybrané podporné súčasti podujatia (viac v kapitole Tvorba a podpora produktov).
- Kultúrne leto a hradné slávnosti (jún - september 2016). BTB zabezpečila komunikačnú online podporu (FB, Google, web stránka a pod.). V rámci spolupráce na podujatí mala BTB zabezpečený prezentačný a propagačný priestor vo všetkých výstupoch k podujatiu. BTB zabezpečila vybrané podporné súčasti podujatia (viac v kapitole Tvorba a podpora produktov).
- Festival Frankovky (24. – 26. 06. 2016). BTB zabezpečila komunikačnú online podporu (FB, Google, web stránka a pod.). V rámci spolupráce na podujatí mala BTB zabezpečený prezentačný a propagačný priestor vo všetkých výstupoch k podujatiu. BTB zabezpečila vybrané podporné súčasti podujatia (viac v kapitole Tvorba a podpora produktov).
- Festival Divokej vody (02. – 03. 07. 2016). BTB zabezpečila komunikačnú online podporu (FB, Google, web stránka a pod.). V rámci spolupráce na podujatí mala BTB zabezpečený

prezentačný a propagačný priestor vo všetkých výstupoch k podujatiu. BTB zabezpečila vybrané podporné súčasti podujatia (viac v kapitole Tvorba a podpora produktov).

- Slovak Press Photo (20.10. – 30.11.2016). BTB zabezpečila komunikačnú online podporu (FB, Google, web stránka a pod.). V rámci spolupráce na podujatí mala BTB zabezpečený prezentačný a propagačný priestor vo všetkých výstupoch k podujatiu. BTB zabezpečila vybrané podporné súčasti podujatia (viac v kapitole Tvorba a podpora produktov).
- Vianoce v meste (18. 11. - 22.12. 2016). *BTB zabezpečila komunikačnú podporu* online propagácia (FB, web, bannerová reklama), ako aj offline kampaň (rádiospoty v Českej republike), videokampaň v Čechách a na Slovensku v autobusových linkách spoločnosti Regiojet. Digilighty vo vlakových staniciach vo Viedni s pozvánkou na Vianoce a Silvestra do Bratislavy. V rámci spolupráce na podujatí mala BTB zabezpečený prezentačný a propagačný priestor vo všetkých výstupoch k podujatiu. BTB zabezpečila vybrané podporné súčasti podujatia (viac v kapitole Tvorba a podpora produktov).

Okrem toho sa prostredníctvom web stránky organizácie, profilu na Facebooku a tlačенých materiálov (plagáty, letáky) umiestnených na distribučných miestach s dosahom BTB (napr. stále TIC BTB, sezónne TIC na autobusovej a železničnej stanici, partnerské infopointy a pod.) sa okrem partnerských podujatí propagujú aj podujatia, v ktorých nie je BTB organizátorsky resp. partnersky priamo zainteresovaná. Ide o široké spektrum podujatí so zameraním na kultúru, umenie, históriu, šport, gastro, rodiny s deťmi a pod. (napr. Slovak Food Festival, rôzne bežecké podujatia – Bratislavské mosty, Beh nočnou Bratislavou, Colours Run, Wings for Life a pod., hodové slávnosti, slávnosti vinobrania, koncerty, zabíjačkové slávnosti, VIVA Musica a pod.). Touto formou si organizácia plní úlohu sprostredkovateľa informácií a dotvára tak ponuku destinácie pre návštevníkov.

BTB využívala intenzívne i spoluprácu s obľúbeným a vyhľadávaným portálom citylife.sk, kde informovala o aktuálnom kultúrno – spoločenskom dianí v meste a plánovaných akciách.



Inzercia

Prezentácie destinácie v lifestyleových magazínoch a iných printových a online médiách sú efektívne cielenou formou PR. Vzhľadom na tematické zameranie jednotlivých médií a z toho sa odvíjajúcich charakteristík cieľového publika, je možné vhodne zamerať obsahovú a vizuálnu podobu prezentácie a dosiahnuť želateľný efekt. V roku 2016 realizovala BTB inzerciu v tomto rozsahu a štruktúre:

- Propagácia umenia a kultúry v Bratislave v rakúskom mienkotvornom magazíne o umení PARNASS
- prezentácia v publikácii 101 Tipov na výlety po Česku, propagácia členských produktov na Českom trhu - tematické prehliadky s orientáciou na špecifiká českého trhu, v distribúcii 70 000 ks
- prezentácia v rakúskom magazíne Reise Aktuell, propagácia Bratislavy so zameraním na strednú a staršiu generáciu, ktorá vyhľadáva vyšší štandard a kvalitu poskytovaných služieb (PR článok Kráľovský víkend v Bratislave, 45 000 ks náklad)
- prezentácia v Cestovateľskom lexikóne, so zameraním na propagovanie širokej ponuky Bratislavy (kultúra, história, umenie, šport, gastro), ako aj produktov BTB: BCC karta, mobilná aplikácia, web stránka. Publikácia je okrem iného určená aj pre vládne inštitúcie, zahraničné zastúpenia, diplomatov, zahraničné delegácie, oficiálne návštevy a pod.
- prezentácia v palubnom magazíne LEO Express, propagácia produktov poskytovaných členskou základňou BTB, distribúcia magazínu vo všetkých linkách autobusov a vlakov LEO Expres (AT, CZ, DE, PL, SK, UA), náklad 70 000 ks
- prezentácia v prílohe denníka SME, propagácia BCC karty na slovenskom trhu, náklad 70 000 ks
- prezentácia v magazíne Travel Guide so zameraním na britský trh, prezentovanie top atraktivít Bratislavy
- inzercia zameraná na podporu konkrétnych produktov a podujatí bola okrem kapitoly Marketing a propagácia financovaná aj z kapitoly Tvorba a podpora produktov CR (viac v texte ďalej).
- Prezentačný priestor v publikácii Cestovateľský lexikón (s prílohou Autoatlas) na roky 2015/2016. Publikácia sumarizuje cestovateľskú ponuku v regiónoch Slovenska. BTB odprezentovala svojich členov, podujatia (Korunovačné slávnosti) a svoje produkty (BCC, BGC).

- Prezentačný priestor v publikácii Hotel Guide, ktorý sumarizuje ponuku hotelov a ubytovania na Slovensku. BTB prezentovala turistické atrakcie v hlavnom meste, BCC a produkt BGC.
- Prezentácia v brožúre Bratislavský sprievodca (priestor na prezentovanie BCC a mobilnej aplikácie) BTB dostalo k dispozícii 7500 ks výtlačkov určených na distribúciu v TIC BTB a partnerských TIC.
- Prezentačný priestor v brožúre BratisLover. Ide o materiál distribuovaný spoločnosťou ÖBB v dopravných prostriedkoch rakúskych železníc v náklade 80 000 ks. Brožúra obsahuje mapu Bratislavy a stručného turistického sprievodcu po Bratislave.



Tlačové konferencie

Oddelenie PR BTB organizuje niekoľkokrát v roku tlačové konferencie (TK) k významným udalostiam v súvislosti s dianím v cestovnom ruchu v Bratislave. Rovnako sa zúčastňuje ako partner alebo spoluorganizátor na tlačových konferenciách partnerských organizácií, k významným podujatiam/produktom CR.

- TK v spolupráci s mestom Bratislava pri príležitosti organizovania podujatia Bratislava pre všetkých (18.04.2016),
- TK v spolupráci s BKIS k podujatia Kultúrne leto a hradné slávnosti (08.06.2016),
- TK v spolupráci s mestom Bratislava, BKIS, mestom Hainburg, a hotelom Altes Kloster: otvorenie infopointu v Hainburgu (11. 06.2016),
- TK BTB: zhodnotenie pripravenosti destinácie na letnú sezónu 2016 (13.06.2016), za účasti primátora mesta Bratislava,
- TK k podujatiu Slovak Press Photo, ktorého bolo BTB partnerom (12.09.2016)
- TK BTB: zhodnotenie letnej sezóny 2016 (14.11.2016), za účasti primátora mesta Bratislava, prezentovanie činnosti BTB počas celého roka a výkonov cestovného ruchu v destinácii.



Podpora predaja a propagačné nástroje

V rámci aktivity sa realizovalo obstaranie prezentačno – propagačných predmetov (merkantilu) tematicky znázorňujúcich symboly destinácie (napr. keramické korčule – ISU ME v krasokorčuľovaní, odznaky BTB, reklamné predmety- pero, dáždík, zápisník a pod. s logom BTB, magnetky s korunovačnou tematikou a i.), ako aj darčekovo balené ukážky lokálnej gastronómie (medovina, pochutiny a pod.), šálky s témou modranskej keramiky určené pre významné návštevy a oficiálne delegácie, tričká s logom BTB. Pre účely jednotného vzhľadu front office pracovníkov TIC BTB boli zabezpečené brošne a spony na kravaty.

Významne sa rozšírili nástroje propagácie BTB. Obstarali sa beachflagy (20 ks) a bannery (25 ks) s logom BTB, prezentačný exteriérový stánok 3 x 3 m s príslušenstvom na účely účasti BTB na vybraných podujatiach a prezentáciách s možnosťou poskytovania informácií návštevníkom. Infostánok s prezentačným pultom pre interiérové formy prezentácie, interiérové roll-upy s logom BTB (5 ks), regály a stojany s jednotnou grafikou na umiestnenie informačno – propagačných materiálov, prezentačná stena s polepom s výjavmi z destinácie. Na účely zabezpečenia kvalitných fotografií bol obstaraný fotoaparát s vyhovujúcimi parametrami. Na účely prezentácie sa obstarali notebooky slúžiace pre potreby infocentier a návštevníkov v nich (vyhľadávanie informácií, prezentácia destinácie a pod.)



Zabezpečenie podpory predaja BCC karty pozostávalo okrem iného i z dotlačie kariet (10 000 ks), zaplata licencie na používanie softvéru na prevádzku zľavových kariet. Pre potreby spustenia prevádzky foto–video pointu (viac v kapitole Marketing a propagácia a Tvorba a podpora produktov) sa obstarala výroba audiovizuálnych záznamov.

MICE

Rok 2016 bol prelomový z hľadiska budovania a profilovania Bratislavy ako MICE destinácie. Realizovali sa viaceré významné aktivity, ktoré svojím obsahom zviditeľnili Bratislavu na mape MICE destinácií.

Veľtrhy, výstavy, prezentácie

MICE oddelenie BTB sa zúčastnilo viacerých významných veľtrhov, meetings a podujatí so zameraním na MICE segment, prenos know-how a zdieľanie best practices v tomto špecifickom odvetví.

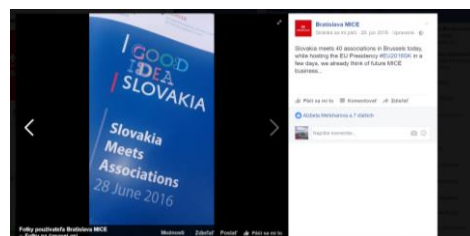
- The Meetings Show London (14.-16. 06.2016)

The Meetings show Londýn patrí medzi najkvalitnejšie MICE podujatia so zameraním na Britský trh. Slúži ako platforma pre B2B stretnutia pre nákupcov (buyers/visitors a hosted buyers) a poskytovateľov (destinácie a komerčné subjekty). Komunikačný jazyk je angličtina.



- IMEX Frankfurt (časť veľtrhy a výstavy)

- Slovakia Meets Associations in Brussels (28. 06.2016). Podujatie zorganizovala SACR / Slovak Convention Bureau na prítiahnutie potenciálneho asociačného biznisu na Slovensko. V rámci štartujúceho predsedníctva Slovenska v Európskej



komisii bolo podujatie vhodným aktualizáčným momentom s potenciálom odprezentovať destináciu pred vybranými asociáciami so sídlom v Bruseli. Prítomných bolo 25 účastníkov z rôznych asociácií.

- Dublin/Belfast Convention Bureau. Partnerské stretnutie so zástupcami Dublin/Belfast Convention Bureau za účelom získavania nových poznatkov, skúseností, výmeny know-how a získania nových kontaktov. Benchmarking, networking a zdieľanie best practices sú pre Bratislavu ako MICE destináciu nevyhnutné práve od tých destinácií, ktoré už majú rozvinutú MICE stratégiu a sú rozpoznanými destináciami na trhu MICE (viac v kapitole Vzdelávacie aktivity). Oddelenie MICE BTB malo možnosť prezentovať existujúce výstupy k brandingu Bratislavy ako MICE destinácie.



- IBTM Barcelona (časť veľtrhy a výstavy).

Konzultačné služby

Vzhľadom na relatívne nízky stav rozpracovanosti stratégie pre Slovensko ako MICE destináciu a vzhľadom na kľúčovú úlohu, ktorú v tejto oblasti hlavné mesto Bratislava zohráva, bolo nevyhnutné začať s aktivitami, ktoré by jasne definovali priority, ciele, misiu, víziu a step by step aktivity pre BTB Convention Bureau. Rozsah, širokospektrálnosť a heterogénnosť požadovaných informácií (cieľové trhy, priority, komunikácia, USP, SWOT analýza, komunikačná kampaň a jej nastavenie a pod.) kládli vysoké nároky na finálne výstupy týchto aktivít. Z uvedených dôvodov využila BTB služby konzultačnej spoločnosti zazmluvnenej v predchádzajúcom roku, ktorá stanovila pre organizáciu ako aj pre destináciu priority, základné piliere pre zorientovanie sa v tejto rozsiahlej problematike. Pritom sa venovala pozornosť osobitostiam, špecifikám a individualite MICE trhu, ktorý je diametrálne odlišný od Leisure segmentu. Spolupráca so spoločnosťou Branding Slovakia Consultancy (ďalej len BSC) spočívala v odbornom zastrešení komunikačnej, obsahovej a PR stratégie pre BTB Covention Bureau vytvorenej na základe úzkej a intenzívnej spolupráce s oddelením MICE BTB. Obsah agendy pozostával napr. z prípravy podkladov na tlačové konferencie, verejné vystúpenia a prezentácie pre odborníkov a profesionálov v MICE oblasti, starostlivosť o public affairs a media relations - nakontaktovanie na mienkotvorné médiá, aktivizácia

novinárov, sprostredkovanie relevantných kontaktov a pod. Na základe vzájomnej spolupráce vznikli viaceré relevantné a významné mediálne a online výstupy v podobe PR článkov (napr. denník TREND). BSC poskytla BTB súčinnosť a odborné know-how pri príprave a organizácii konferencie MICE DAY – názov, premisa, ciele, témy konferencie (viac v texte ďalej), zabezpečila kontakty na odborníkov – spíkrov konferencie, ako aj celkové odborné a mediálne zastrešenie. Spolupracovala na príprave tlačových správ a výstupov k organizovaným podujatiam. Spolupodielala sa na príprave komunikačného manuálu (viac v texte ďalej), ako aj na stanovení základných princípov, ktoré je nevyhnutné dodržiavať v komunikácii a prezentácii Bratislavy ako MICE destinácie.



Spolupráca s BSC bola nevyhnutná aj z dôvodu personálnej poddimenzovanosti MICE BTB vzhľadom na rozsah a náročnosť projektu (profilovanie Bratislavy ako MICE destinácie). Odborná garancia nad projektom zo strany BSC sa využila aj pri spolupráci s obstaranou profesionálnou zahraničnou konzultantskou spoločnosťou (SoolNua), v spolupráci s ktorou zadefinovala organizácia nosné témy relevantné v danej oblasti a spracovala rozsiahle výstupy v tejto problematike.

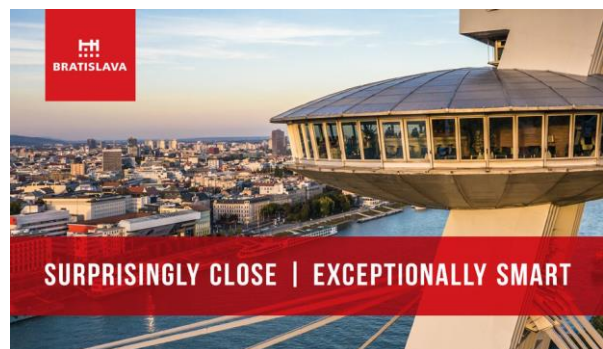
Stručný sumár priebehu spolupráce so SoolNua:

- séria stretnutí zástupcov spoločnosti SoolNua so stakeholdrami, (predstavitelia miestnej samosprávy, vybraných vzdelávacích inštitúcií, úspešných podnikov, reklamného priemyslu, Slovak Convention Bureau, MDV SR a pod.)
- zorganizovanie workshopu za účasti 43 profesionálov z MICE / business oblasti. Na workshope sa zúčastnili aj zástupcovia Ministerstva dopravy, výstavby a regionálneho rozvoja SR, SACR, SCB, BRT a Ministerstva kultúry, mesta Bratislava, poprední marketéri slovenského reklamného priemyslu, zástupcovia

súkromného sektora a pod. Výstupom z workshopu boli 4 piliere komunikácie: safety, accessibility, innovation, execution. Vytvorenie claimu:

BRATISLAVA – SURPRISINGLY CLOSE | EXCEPTIONALLY SMART.
Workshop sa konal dňa 24.2. v hoteli Crowne Plaza, Bratislava.

- zorganizovanie tlačovej konferencie BTB a spoločnosti SoolNua pre zástupcov médií (10. 03.2016)
- realizovanie všetkých nadväzujúcich aktivít do konca roka v intenciách navrhovaných a odporúčaných stratégií spoločnosti SoolNua
- Workshop k uvedeniu komunikačného manuálu - na základe výstupov zo spolupráce so SoolNua zorganizovala BTB workshop na uvedenie a praktické využitie “Komunikačného manuálu pre značku Bratislava pre trhy kongresového cestovného ruchu.”. Tento workshop sa konal dňa 22.06.2016 v hoteli Bratislava. (viac v texte Fam trip a vzdelávacie activity)



Fam trip a vzdelávacie activity

- MICE BTB zorganizovalo FAM TRIP - inšpekčná a poznávacia cesta – (18.-21.08. 2016) pre 20 relevantných buyerov z celej Európy, ktorých výber sa realizoval v úzkej spolupráci s o spoločnosťou SoolNua a s členmi BTB, ktorí sa aj podieľali na tvorbe odborného a voľnočasového programu pre účastníkov. Zapojenie sa členských (i nečlenských) subjektov do projektu (vo forme poskytnutia vybraných tovarov a služieb za zvýhodnené ceny, prípadne bezodplatne), svedčí o veľkej miere dôvery a kohézności MICE komunity v tomto konkrétnom prípade. Cieľom inšpekčných ciest je ukázať silné a výnimočné stránky destinácie s ohľadom na cieľové publikum a podnietiť účastníkov fam tripov pre nadviazanie novej budúcej spolupráce v podobe umiestnenia významných podujatí kongresového a konferenčného charakteru práve do Bratislavy. BTB hradila účastníkom

fam tripu vybrané súčasti programu vrátane dopravy a ubytovania. Program fam tripu zahŕňal napr. návštevu automobilovej továrne Volkswagen, stretnutie s primátorom Bratislavy, netradičná večera zážitkovou formou, náučná mestská hra digital treasure hunt, návšteva galérie Danubiana, rafting a pod.



- o MICE BTB zorganizovalo konferenciu s názvom Bratislava MICE DAY (22.11.2016). Išlo o jedinečné podujatie, ktoré historicky prvýkrát spojilo rôzne subjekty z rôznych sektorov na jednom mieste. Približne 100 účastníkov podujatia Bratislava MICE Day dostalo unikátny priestor spoločne diskutovať o tom, ako využiť kľúčové kompetencie Bratislavy na organizovanie podujatí s medzinárodným publikom v Bratislave. Na prípadových štúdiách z troch odvetví - automobilový priemysel, informačné technológie a optoelektronika, bol ilustrovaný príklad možnej spolupráce na pritiahnutie konkrétnych podujatí do destinácie. Podujatie potvrdilo, že vízia hlavného mesta Bratislavy, stať sa relevantnou MICE destináciou, má reálny základ. Organizácia BTB a jej platforma Bratislava Convention Bureau bude naďalej hnacím motorom pre vybrané témy (automotive, informačné technológie a optoelektronika), ktoré zároveň korešpondujú s komunikačným manuálom a tromi piliermi komunikácie Bratislavy - ACCESSIBILITY | INNOVATION | EXECUTION. Súčasťou zabezpečenia konferencie boli výdavky na priestory a občerstvenie pre účastníkov, zabezpečenie odborných spíkov, sprievodného programu a pod.



- o Workshop k uvedeniu komunikačného manuálu. Jedným z kľúčových dokumentov, ktoré boli vytvorené v rámci strategického projektu v spolupráci s poradenskou spoločnosťou Sool Nua, je Manuál komunikácie značky Bratislava v oblasti kongresového cestovného ruchu. Cieľom tohto dokumentu je zadefinovať pravidlá komunikácie značky Bratislava na poli kongresového cestovného ruchu (MICE) na Slovensku a v zahraničí. Tieto pravidlá by mali stanoviť formu a sčasti aj obsah komunikácie (použitie textových a grafických prvkov) tak, aby „celá destinácia“ a jej reprezentanti komunikovali jednotne a relevantne pre cieľovú skupinu. Cieľom a výsledným efektom je posilnenie pozície Bratislavy na MICE trhoch v zahraničí a neustále zvyšovanie povedomia o tejto značke

Adresátom dokumentu sú predovšetkým:

1. Členské subjekty Bratislavskej organizácie cestovného ruchu
 2. Nečlenské subjekty Bratislavskej organizácie cestovného ruchu podnikajúce v oblasti cestovného ruchu, alebo s priamym vplyvom na MICE
 3. Podnikateľské subjekty, ktoré sférou svojej pôsobnosti zasahujú jednotlivé piliere značky Bratislava
 4. Akademická obec
 5. BRT, marketingové a PR oddelenie, (v rámci MICE)
- o (22.06.2016, Hotel Bratislava). Za účelom uvedenia tohto manuálu zorganizovalo MICE BTB workshop, ktorého sa zúčastnilo cca 40 profesionálov z odvetvia, ktorí nielen pasívne prijímali informácie, ale zároveň aj aktívne pracovali v skupinách na prípadových zadaniach. Tým si mali možnosť vyskúšať aplikáciu nových posolstiev do praxe. Podujatie splnilo svoj účel a manuál bol pozitívne prijatý cieľovou skupinou. Jeho elektronická verzia je k dispozícii s ďalšími marketingovými nástrojmi na webe www.visitbratislava.com.

Komunikačné nástroje

Významným podporným nástrojom k šíreniu povedomia o Bratislave ako MICE destinácii je vytvorenie samostatnej sekcie web stránky visitbratislava.com venovanej téme MICE www.visitbratislavaCVB.com. Vzhľadom na komunikačný jazyk v tomto segmente – angličtina – sú všetky výstupy v danom jazyku. Zároveň sa spustil aj samostatný profil na sociálnej sieti Facebook Bratislava MICE venovaný cieľovej skupine MICE, výlučne

s anglickými príspevkami. Sociálne siete boli intenzívne využívané aj v rámci komunikačnej kampane pred vybranými podujatiami (napr. IMEX Frankfurt 2016). Príspevky na Facebooku, Instagrame, Twitteri, LinkedIn zabezpečili BTB Convention Bureau vizibilitu a rozpoznateľnosť na medzinárodnom MICE trhu.

V edičnej činnosti bola spracovaná editovaná verzia MICE brožúry – hlavného komunikačného a prezentačného materiálu, určujúceho jednotné pravidlá komunikácie s MICE odbornou verejnosťou. Brožúra sa prezentuje pod claimom „Surprisingly Close / Exceptionally Smart. Zdôrazňuje dobrú dopravnú dostupnosť Bratislavy (Accessibility), inovatívne trendy (Innovation) a poskytuje prehľad o infraštruktúre vhodnej pre MICE turizmus (hotely, kongresové sály, konferenčné miestnosti, kapacity a pod.)

MICE oddelenie účinne komunikuje s cieľovým publikom prostredníctvom pravidelného vydávania newslettera s aktualitami (kvartálne), rozhovormi a novinkami v oblasti. Udržiava kontakty a komunikáciu s nákupcami, s partnermi z obchodných stretnutí v rámci MICE veľtrhov a výstav, aktívne sa zaujíma o možnosti uchádzať sa o hostovanie vybraných podujatí, komunikuje s členmi MICE komory a s ostatnými subjektmi v MICE segmente. Udržiava kontakty s žurnalistami a novinárskou obcou, ktoré následne využíva pri plánovaní a organizovaní press tripov.

Osobitou kapitolou bola spolupráca so Slovak Convention Bureau/SACR. Spočívala v účasti na pravidelných stretnutiach SCB, v spolupráci na spoločných projektoch, z čoho bol významný napr. projekt Sales Mission Brussels, ako aj MICE veľtrhov a výstavách (IMEX Frankfurt, IBTM Barcelona, WTM London), v sprostredkovaní relevantných kontaktov a pod. Vďaka SCB mala MICE prezentácia Slovenska jednotný branding, čo bol jeden z výstupov vzájomnej spolupráce. Zástupcovia SCB sa taktiež aktívne zúčastňovali podujatí (workshopy, prezentácie, konferencie, eventy) organizovaných BTB CB.

S cieľom zvyšovať povedomie odbornej verejnosti o Bratislave ako MICE destinácii sa uverejnili PR články vo vybraných printových a online médiách s ohľadom na cieľové skupiny (startitup.sk, TREND).



2. ČINNOSŤ TURISTICKÉHO INFORMAČNÉHO CENTRA ZRIADENÉHO ORGANIZÁCIOU



Suma požadovanej dotácie: 9580,- EUR

Suma použitej dotácie: 9580,- EUR

Percentuálne využitie poskytnutých zdrojov: 100 %

V záujme zvyšovania kvality poskytovaných služieb pre návštevníkov mesta priamo v pobočkách Turistických informačných centier BTB na Klobučníckej ulici a na Letisku M. R. Štefánika, ako aj v sezónnych TIC na Hlavnej železničnej stanici a Autobusovej stanici sa TIC BTB v roku 2016 orientovalo predovšetkým na aktualizáciu a tvorbu turistických informačných zdrojov, pracovných manuálov, doplnenie informačno – navigačných systémov v priestoroch TIC, ako aj inštaláciu 2 exteriérových podsvietených „ičiek“ na budove TIC Klobučnícka. Príprava zamestnancov TIC BTB bola o to systematickejšia a náročnejšia, že TIC BTB sa pripravovalo na úspešné zvládnutie turistických informačných služieb pre účastníkov SK PRES.

TIC BTB sú otvorené celoročne sedem dní v týždni, výnimkou sú 3 dni v roku a to 24., 25., 26. december. Pobočka TIC BTB na Klobučníckej ul. je počas roka otvorená pre potreby návštevníkov mesta 3393 hodín, pobočka na Letisku M. R. Štefánika 2715 hodín. Ako jedna z mála inštitúcií sme otvorení aj počas Veľkonočných sviatkov a dokonca aj 1. januára.

Otváracie hodiny TIC BTB na Klobučníckej ulici boli denne v mesiacoch apríl – október 9.00 – 19.00 hod. (70 prevádzkových hodín týždenne) a v mesiacoch november – marec 9.00 – 18.00 hod. (63 prevádzkových hodín týždenne). Otváracie hodiny pobočky na Letisku M. R. Štefánika boli prispôsobené letovému poriadku tak, aby zachytili čo najvyšší počet prichádzajúcich turistov (v priemere 60 prevádzkových hodín týždenne), toto TIC zároveň slúžilo ako „welcome point“ pre účastníkov SK PRES a Európskeho summitu regiónov. Návštevnícky najsilnejším mesiacom v TIC BTB bol mesiac august, následne mesiace júl a jún. Návštevnícky najsilnejšími dňami boli pondelok, piatok a sobota. turistické informačné centrá BTB zaznamenali v roku 2016 4%-ný nárast v návštevnosti.

Celkový počet dopytov predstavoval 88 973 (z toho TIC Klobučnícka: 59 061, TIC Letisko: 29 912, telefonické dopyty: 1 889, emailové dopyty: 1 665). Priemerná denná návštevnosť TIC v hlavnej turistickej sezóne bola: 350 – 400 návštevníkov, v zimných mesiacoch: 100 - 120 návštevníkov denne.

Sezónne TIC na Hlavnej železničnej stanici je prevádzkované v spolupráci so Železničnou spoločnosťou Slovensko, toto TIC v mesiacoch jún – september denne v čase 9.30 – 18.30 hod. zodpovedalo 10 439 dopytov.

Pri príležitosti podujatia SK PRES posilnilo BTB v spolupráci s MZVaER SR a BRT aj informovanosť pasažierov na letisku Schwechat, Viedeň vytvorením dočasného info pultu, kde odborne zaškolení pracovníci poskytovali informácie o Bratislave a okolí.

Sezónne TIC na Autobusovej stanici, zriadené vo forme mobilného informačného pultu, slúžilo ako „welcome point“ pre účastníkov SK PRES prichádzajúcich do Bratislavy autobusovou dopravou z viedenského letiska, jeho prevádzková doba v mesiacoch júl – september bola denne od 10.00 do 18.00 hod., pracovníci tejto pobočky zodpovedali 1140 dopytov.

BTB pokračovalo aj v roku 2016 v spolupráci s Informačno-predajnými miestami Národnej diaľničnej spoločnosti (NDS) v Brodskom, Čunove a v novootvorenom informačnom mieste v Jarovciach, a tým zabezpečilo informovanosť mototuristov prichádzajúcich do Bratislavy z Českej republiky, Maďarskej republiky a Rakúska. V informačno – predajných miestach NDS získal potenciálny návštevník mesta kontakt na Turistické informačné centrá BTB, mapu mesta a iné propagačné materiály.

Okrem stálych zamestnancov využíva BTB aj prácu brigádnikov, vystupujúcich v úlohe prezentátorov regiónu. Svojou činnosťou prispievajú k propagácii destinácie, poskytovaniu informácií, lepšej orientácii turistov v meste, budovaniu imidžu Bratislavy a pod. Sú mienkotvorným činiteľom, ktorý významne ovplyvňuje dojem návštevníka z destinácie a z poskytovaných služieb. Dominantne sú náklady na brigádnikov hradené zo zdrojov BTB, v zmysle oprávnených aktivít sú vybrané položky hradené aj z dotácie.



V spolupráci s Bratislavským kultúrnym a informačným strediskom a hotelom Altes Kloster v Hainburgu sa podarilo otvoriť prvý cezhraničný infopoint o Bratislave. Jeho cieľom je navodiť hotelových hostí, návštevníkov a obyvateľov Hainburgu na cestu do Bratislavy, vybaviť ich propagačnými materiálmi a predstaviť im kultúrnu a produktovú ponuku mesta.



TIC BTB spolupracujú na zmluvnej báze s členmi BTB a inými subjektmi CR na území Bratislavy a v rámci svojej podnikateľskej činnosti zabezpečujú provízny predaj ich produktov.

V rámci činnosti TIC zameranej na zlepšenie informovanosti návštevníkov mesta a rozširovanie osvedy verejnosti bolo zabezpečené školenie pre pracovníkov prvého kontaktu, ktorí prichádzali do kontaktu s účastníkmi SK PRES a Európskeho summitu regiónov. Školenie pozostávalo z prezentačnej prednášky zameranej na získanie základných vedomostí o histórii a súčasnosti Bratislavy, na prehĺbenie znalostí z oblasti komunikačných zručností s dôrazom na interkultúrnú komunikáciu, druhú časť tvorila praktická prehliadka mesta v trvaní 4 hodín. Účastníci školenia získali brožovaný „Manuál pracovníkov prvého kontaktu“, ktorý sa stal praktickou príručkou pri ich práci.

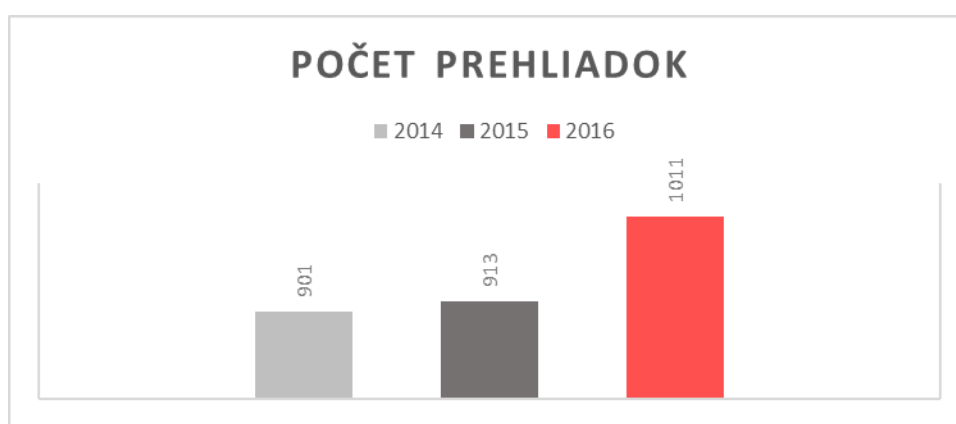


V dňoch 22. – 23.11.2016 TIC BTB organizačne zabezpečil stretnutie zástupcov turistických informačných centier z celého Slovenska a pripravil program 3. kolokvia Asociácie informačných centier Slovenska a jej Valné zhromaždenie.

Prehliadky mesta a okolia

Okrem poskytovania informačných služieb sa pracovníci TIC BTB venujú aj tvorbe a rozvoju produktu - prehliadky mesta a okolia. V roku 2016 TIC BTB zabezpečil 1011 prehliadok mesta, čo je viac ako 10 % nárast oproti roku 2015 = 913 prehliadok, rok 2014 = 901 prehliadok. Z tohto počtu prehliadok bolo zrealizovaných 511 pre držiteľov Bratislava City Card. Odsprevádzalo sa 11 993 osôb a 1 444,5 hodiny. Najväčší záujem bol o prehliadky mesta v anglickom, nemeckom, slovenskom španielskom, talianskom a francúzskom jazyku.

Graf: Porovnanie počtu prehliadok



Vzdelávacie aktivity a prezentačné aktivity

Vzdelávanie pracovníkov TIC a prenos know-how sú dôležitými ukazovateľmi profesijného rastu pracovníkov TIC a rastu spokojnosti návštevníkov s ponúkanými službami.

V roku 2016 sa pracovníci TIC BTB zúčastnili na zahraničných a domácich workshopoch a pracovných stretnutiach za účelom prezentácie destinácie Bratislava a svojich produktov spolu s profesijnými partnermi zo Slovenska a zahraničia. Zástupcovia TIC BTB sa zúčastnili pravidelných aktivít Asociácie informačných centier Slovenska, ako



aj výročného stretnutia expertnej skupiny pracovníkov TIC na európskej úrovni spojenom s workshopmi a tréningami (Dublin, 13. – 14.10. 2016) a na workshopoch pracovnej skupiny City Cards (Oslo, 29.–30.09.2016), ktoré zastrešuje európska marketingová organizácia

European Cities Marketing. Pravidelné výročné stretnutie členov pracovnej skupiny City Cards je zamerané na marketingovú podporu turistických kartových produktov 40 miest z 21 krajín a vzdelávanie ich projektových manažérov (viac v časti Marketing a propagácia, Veľtrhy, výstavy, prezentácie).

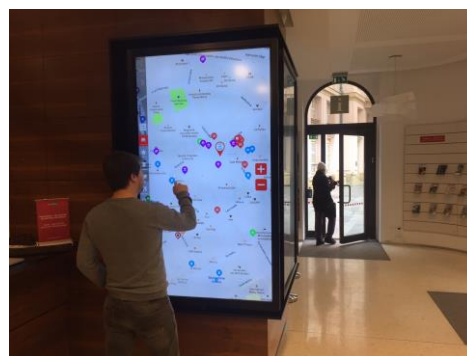
Vzdelávanie verejnosti

TIC BTB Klobučnícka sa podieľa aj na osvetovo-vzdelávacej činnosti širokej verejnosti organizovaním bezplatných tematických vychádzok na vybrané témy pri príležitosti významných výročí a podujatí. V roku 2016 to boli prehliadky mesta pri príležitosti Svetového dňa sprievodcov, v apríli sa organizovali prehliadky k podujatiu Bratislava pre všetkých 17 tematických prehliadok v slovenskom nemeckom a anglickom jazyku, na témy Veľké lásky Bratislavy, Bratislavské mosty, Kulinárska Bratislava, Korunovačná Bratislava a i. Tradičným májovým podujatím býva každoročne Noc galérií a múzeí, počas tejto akcie sme poskytli sprievodcov CR do historických autobusov premávajúcich po trase zapojených múzeí a galérie so štartom pri Eurovea centre a pokračovaním do Devínskej Novej Vsi a späť smerom cez Rázusovo nábrežie - Devínska cesta – Istrijská ul. – Hodonínska – Pražská ul. - Štefánikova ul. – Starosmestská ul.– nábrežie – Dostojevského rad – Eurovea. Historické autobusy premávali v čase od 12.00 do 21.30 hod, jász sa zúčastnilo 400 účastníkov tohto podujatia. V septembri sme si pripomenuli sviatok Svetový deň CR, pre Bratislavčanov sme pripravili 2 bezplatné tematické prehliadky, ktorých sa zúčastnilo 80 osôb. (viac v časti Tvorba a podpora produktov CR)

Infraštruktúra

Aktivity súvisiace s prevádzkou TIC a podporou infraštruktúry CR sa orientovali na zlepšenie služieb a vybavenosti TIC (inštalácia dotykových interaktívnych obrazoviek, softvér pre zabezpečenie poskytovania informácií, WIFI sieť v TIC, inštalácia veľkorozmernej grafiky v TIC na Letisku M.R. Štefánika, ako aj inštalácia dvoch podsvietených „ičiek“ na budove TIC Klobučnícka). V spolupráci so Slovenskou spoločnosťou sprievodcov cestovného ruchu zamestnanci TIC BTB zrealizovali detailný audit stavu minismerovníkov a máp v centre mesta za účelom zostavenia pasportizácie týchto informačno - navigačných súčastí infraštruktúry CR. Cieľom bolo identifikovať úroveň a stav

navigačného systému v meste a zostaviť sanačný plán akútnych prípadov tých máp a smerovníkov, ktoré nevyhnutne potrebujú repasáciu, obnovu a pod.

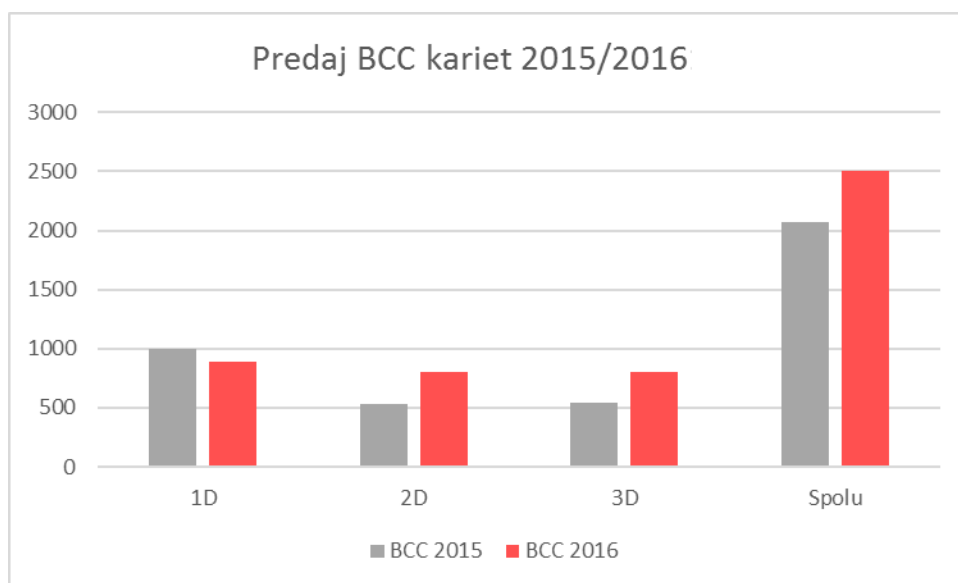


Bratislava City Card

Turistická zľavová karta BCC, hlavný marketingový nástroj BTB, pripravila pre návštevníkov mesta v roku 2016 zaujímavé novinky. Podarilo sa zazmluvniť 65 partnerov – poskytovateľov zliav, ktorí umožnili držiteľom karty využívať zľavy vo svojich zariadeniach na celkovom počte produktov a služieb 110. Obohatili sme ponuku o nové typy prehliadok mesta zameraných na gastronómiu, vínnu tematiku, či dokonca bežecké prehliadky a prehliadky mesta realizované súťažnou formou. Pribudli aj zážitkové plavby rýchločlnmi po Dunaji. Hlavným benefitom tejto turistickej karty sú neobmedzené cestovanie verejnou dopravou na území mesta a bezplatná prehliadka mesta, ďalej môžu držitelia karty využívať v ostatných zazmluvnených zariadeniach a službách zľavy od 5 do 50 %. V roku 2016 sa podarila spolupráca so spoločnosťou Bratislavská integrovaná doprava, ktorá vstúpila do projektu ako nový partner a umožnila zvýhodnené cestovanie verejnou dopravou pre držiteľov karty.

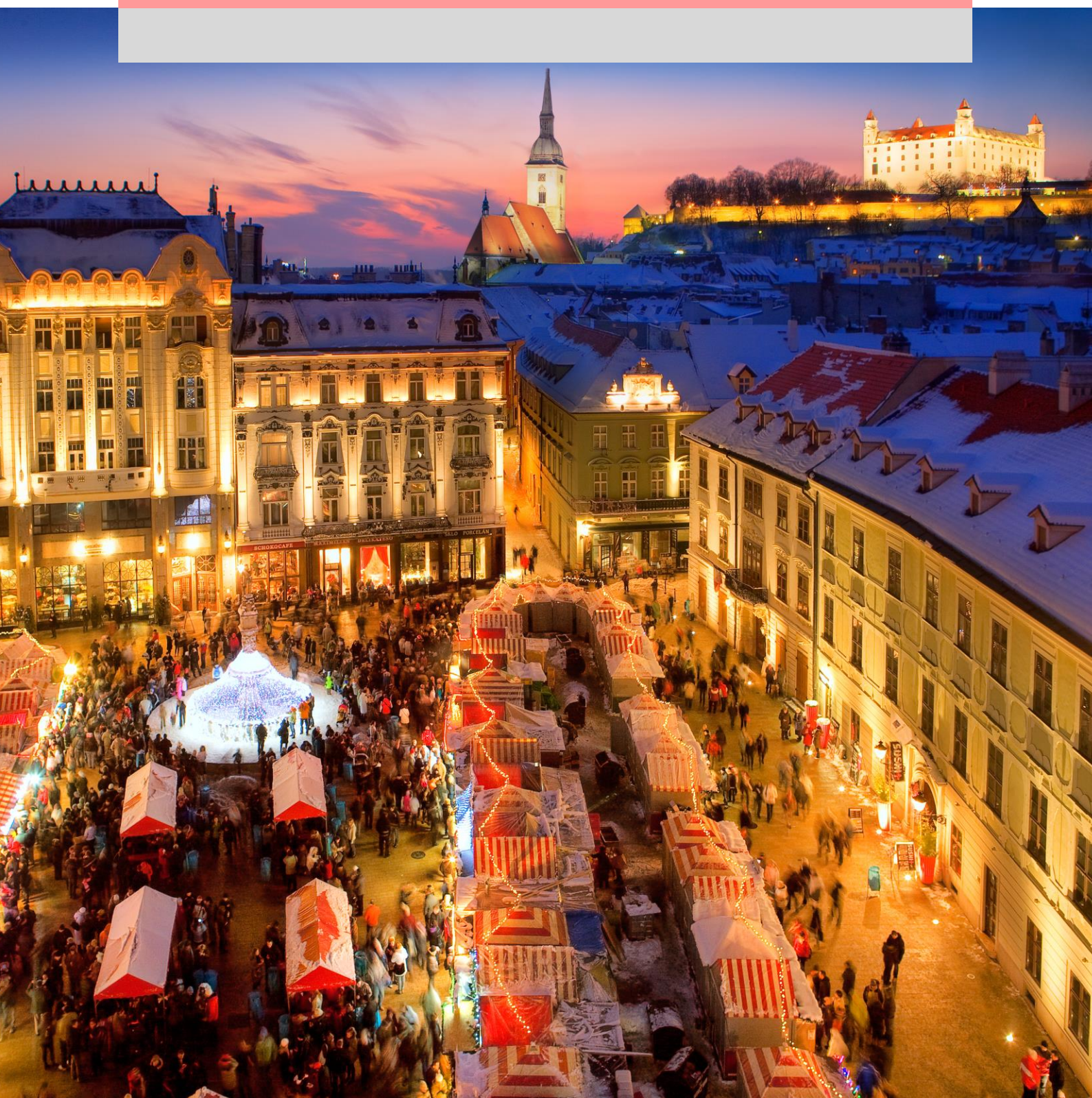


Podpora predaja BCC karty bola v roku 2016 posilnená o nový softvér na personifikáciu a akceptáciu kariet, ako aj možnosť predaja karty cez online systém. Výstupom softvéru sú štatistické údaje o držiteľoch karty typu: národnosť, veková skupina, ktoré služby najviac využívajú počas doby platnosti karty. Systém zberu dát sa zabezpečuje na mesačnej báze prostredníctvom siete provízných predajcov karty a akceptačných miest. Podpora predaja BCC karty bola v roku 2016 výrazne posilnená aj banerovými kampaňami, súťažami na sociálnych sieťach a inzerciou v printových médiách (viac v časti Marketing a propagácia, PR).



Sieťovanie partnerov, spolupráca s členskými subjektmi, partnermi (organizátori podujatí a projektov v BA a okolí), subjektami s pôsobnosťou v CR (MDV SR, SACR, BRT, BSK, MZVaER SR, Kultúrny inštitút vo Viedni a pod.) je ďalšou významnou úlohou TIC BTB. Produkty a podujatia sú podporované aj formou ich prezentácie v priestoroch TIC - poskytovania tlačených informačno – propagačných materiálov, brožúr, letákov, prezentovaním tematických videoklipov, propagáciou v online priestore (web stránka, Facebook, a pod.). Osobitný dôraz je kladený na spoluprácu BRT, ktorá má v TIC BTB zabezpečenú vlastnú sekciu (prezentačné stojany, videá a pod.). Nemenej dôležitá je úloha TIC ako sprostredkovateľa produktov CR v destinácii, ktorú tiež zabezpečuje. TIC BTB sú bezprostredným a nesmierne dôležitým kontaktným bodom medzi BTB a návštevníkmi Bratislavy (reálnymi a potenciálnymi). Sú jedným z kľúčových článkov reťazca, ktorý vytvára v návštevníkovi celkový dojem zo svojej dovolenky/návštevy Bratislavy.

3. TVORBA A PODPORA PRODUKTOV CESTOVNÉHO RUCHU



Suma požadovanej dotácie: 94 000,- EUR

Suma použitej dotácie: 94 000,- EUR

Percentuálne využitie poskytnutých zdrojov: 100 %

Vytvorenie stálej a komplexnej ponuky cestovného ruchu s ambíciou motivovať k návšteve Bratislavy a predĺžiť pobytové dni návštevníkov v Bratislave zahŕňa aj podporu produktov a podujatí CR. BTB sa orientuje na podporu (mediálnu, propagačnú i na báze spolupráce a organizácie) produktov, projektov a podujatí, ktoré majú nadregionálny, resp. nadnárodný charakter a sú v súlade s tematickými líniami, ktoré BTB komunikuje, ako aj v súlade so stratégiou CR na regionálnej i národnej úrovni. V roku 2016 BTB spolupracovala a spoluorganizovala okrem veľkých medzinárodných projektov aj tematicky rozmanité podujatia zamerané na kultúru a históriu, šport, gastronómiu, moderné umenie i tradície. Vďaka iniciatíve rôznych záujmových skupín, združení a organizácií sa táto ponuka neustále rozširuje (aj za intenzívnej participácie BTB), je preto prirodzenou a nevyhnutnou úlohou BTB pôsobiť aktívne v tejto oblasti a to v pozícii organizátora, spoluorganizátora, partnera, mediátora alebo podpornej autority vo vzťahu k realizovanému produktu/podujatiu. Obzvlášť perspektívnym segmentom, na ktorý sa organizácia v rámci podporovaných projektov/produktov/podujatí zameriava sú tzv. „nicheové“ skupiny. Ide o úzkoprofilové skupiny so špecifickými záujmami, ktoré vytvárajú silnú komunitu s intenzívne fungujúcimi komunikačnými kanálmi. V prípade organizovania podujatia/tvorby produktu a pod. sa v týchto komunitách veľmi efektívne šíria informácie o daných podujatiach a zároveň je medzi členmi skupín silná motivácia k účasti. Špecifikom nicheových skupín je, že sa nepotrebujú stretávať v zaľudnených metropolách, ale vyhľadávajú menej frekventované/známe destinácie, v čom má Bratislava výhodu. Benéfom je prenocovanie účastníkov týchto podujatí v destinácii a sprievodné výdavky spojené s účasťou na podujatí a s trávením voľného času v destinácii. Príklady zamerania týchto skupín: alternatívna hudba a s tým spojené festivaly, komiksy, pozorovanie vtákov, dizajn, spoločenské hry, geocaching, escape rooms a pod.

V roku 2016 sa BTB partnersky spolupodieľala na podujatiach:

- ISU – Majstrovstvá Európy v krasokorčuľovaní (27. - 31.01.2016). Veľké športovo-exhibičné podujatie organizované v Bratislave po 15 rokoch hostilo európsku krasokorčuľarsku elitu. Počas 5 dní zavítalo do Bratislavy vďaka tomuto podujatiu mnoho návštevníkov (tak divácka, ako i odborná verejnosť). Okrem komunikačnej podpory podujatiu zabezpečila BTB tematický spomienkový predmet pre oficiálne návštevy – keramickú korčuľu s typickými modranskými prvkami (majolika) a zrealizovala infocestu pre 21 zahraničných novinárov, ktorí sa podujatia ISU zúčastnili. Súčasťou infocesty bola prehliadka Bratislavy, ochutnávka miestnej gastronómie, návšteva vyhliadkovej veže UFO. Organizátor podujatia sa v rámci zmluvnej spolupráce zaviazal k zabezpečeniu dramaturgie a produkčnej realizácie podujatia vrátane všetkých parciálnych súčastí, k poskytnutiu výstupov pre BTB (napr. fotografie, videá, z podujatia, PR výstupy, a pod.) a k prezentácii a propagácii BTB ako partnera podujatia, ktorý zabezpečil vybrané súčasti podujatia vrátane intenzívnej komunikačnej podpory a distribúcie informácií o podujatí prostredníctvom svojich distribučných ciest (TIC BTB, partnerské TIC a pod.)



- Bratislava pre všetkých (21.- 24.04. 2016). Podujatie, kedy mesto Bratislava otvára brány pre domácich obyvateľov, ale aj návštevníkov a sprístupňuje rôzne kultúrne pamätihodnosti, múzeá, galérie a iné zaujímavé atrakcie (voľné prístupy do Múzea Mesta Bratislavy, Galérie mesta Bratislavy, Zoologickej záhrady, Mestského divadla P. O. Hviezdoslava, Mestskej knižnici, hrad Devín a mnohých ďalších). BTB pripravila počas oboch víkendových dní 11 špeciálnych tematických prehliadok v slovenskom jazyku a 6 turistických prehliadok v nemeckom a anglickom jazyku, ako aj zabezpečila preklady vybraných podkladov do jazykových mutácií pre účely tohto podujatia. Celkovo sa prehliadok zúčastnilo 917 návštevníkov, z nich bolo 791 účastníkov prehliadok

v slovenčine a 126 v cudzom jazyku. Najväčší záujem z prehliadok bol o v súčasnosti aktuálnu tému v súvislosti so sprístupnením Starého mosta – Bratislavské mosty. Veľký záujem bol aj o témy Hlboká cesta a Secesná Bratislava. Organizátor podujatia sa v rámci zmluvnej spolupráce zaviazal k zabezpečeniu dramaturgie a produkčnej realizácie podujatia vrátane všetkých parciálnych súčastí, k poskytnutiu výstupov pre BTB (napr. fotografie, videá, z podujatia, PR výstupy, a pod.) a k prezentácii a propagácii BTB ako partnera podujatia, ktorý zabezpečil vybrané súčasti podujatia vrátane intenzívnej komunikačnej podpory a distribúcie informácií o podujatí prostredníctvom svojich distribučných ciest (TIC BTB, partnerské TIC a pod.)



- Bratislavský majáles (05. – 07.05. 2016). Bratislavský majáles je mestským festivalom otvoreným pre širokú verejnosť (vstup zdarma). Koná sa na Tyršovom nábreží a jeho súčasťou je bohatý hudobný a kultúrny program. BTB ako partner podujatia zabezpečil vybrané umelecké vystúpenia (skupina Para a Swingless Jazz Ensemble). Okrem komunikačnej podpory zabezpečila na majálese fotopoint s tematikou korunovácie a špeciálny statický bicykel. Jazdou na bicykli si mohli návštevníci „vybicyklovať“ načapovanie fľaše korunovačnou frankovkou modrou. V korunovačnom stánku sa mohli ofotografovať v dobových kostýmoch s tematickým pozadím a získať fotografiu ako spomienkový predmet. V priebehu piatka a soboty sa korunovalo 1000 návštevníkov, športoví nadšenci si vybicyklovali 100 litrov korunovačného vína, rozdali sa stovky máp a brožúr. Organizátor podujatia sa v rámci zmluvnej spolupráce zaviazal k zabezpečeniu dramaturgie a produkčnej realizácie podujatia vrátane všetkých parciálnych súčastí, k poskytnutiu výstupov pre BTB (napr. fotografie, videá, z podujatia, PR výstupy, a pod.) a k prezentácii a propagácii BTB ako partnera podujatia, ktorý zabezpečil vybrané súčasti podujatia vrátane intenzívnej komunikačnej podpory a distribúcie informácií o podujatí prostredníctvom svojich distribučných ciest (TIC BTB, partnerské TIC a pod.)



- Noc múzeí a galérií (21.05.2016) je celoeurópske podujatie realizované pod patronátom Rady Európy s cieľom v čo najväčšej miere prezentovať kultúrne dedičstvo, význam jeho záchrany a ochrany pri kultúrnej výmene, šírení informácií o kultúrnej rozmanitosti jednotlivých krajín i regiónov Európy, pri neformálnom vzdelávaní a kultivovanom oddychu. Aktivity múzeí a galérií sú v tento deň orientované na také činnosti, ktoré počas celého roka zostávajú pred verejnosťou ukryté. Otvárajú verejnosti svoje „skryté“ komnaty. BTB na tomto podujatí spolupracovala zabezpečením prepravy návštevníkov vláčikom a 4 historickými autobusmi. Sprievodcovia BTB v shuttle busoch poskytovali výklad v slovenskom, v prípade potreby aj v anglickom a nemeckom jazyku pre návštevníkov podujatia. Súčasťou výkladu sprievodcov boli informácie o pamiatkach, atrakciách a prírodných lokalitách, ktorými budú prechádzať. Organizátor podujatia sa v rámci zmluvnej spolupráce zaviazal k zabezpečeniu dramaturgie a produkčnej realizácie podujatia vrátane všetkých parciálnych súčastí, k poskytnutiu výstupov pre BTB (napr. fotografie, videá, z podujatia, PR výstupy, a pod.) a k prezentácii a propagácii BTB ako partnera podujatia, ktorý zabezpečil vybrané súčasti podujatia vrátane intenzívnej komunikačnej podpory a distribúcie informácií o podujatí prostredníctvom svojich distribučných ciest (TIC BTB, partnerské TIC a pod.)



- Korunovačné slávnosti (24. – 26.06. 2016). Korunovačné slávnosti v Bratislave sa konajú každoročne v posledný júnový víkend na pamiatku korunovácie Márie Terézie, ktorá bola korunovaná 25. júna 1741. Obrad korunovacie je zinscenovaný podľa historických podkladov. Vystupuje v ňom vyše 150 hercov v dobových kostýmoch. Súčasťou podujatia je bohatý kultúrno – spoločenský program, umelecké vystúpenia, gastro ponuka. BTB ako partner podujatia zabezpečil časť umeleckých výkonov ako aj dobových historických kostýmov pre účely programu podujatia, prenájom unikátnych priestorov na vybrané súčasti programu. Konkrétne išlo o zabezpečenie 40 účinkujúcich v korunovačnom sprievode, zapožičanie kostýmov na obrad korunovacie, ako aj cirkevných kostýmov, zapožičanie vybraných rekvizít pre potreby ceremónií (insígnie), prenájom priestorov Jezuitskeho kostola na skúšanie ceremónie. Súčasťou plnenia bolo zabezpečenie orchestra, zboru a sólistov ako súčasť hudobného programu k podujatiu. Samostatným výstupom bola i brožúra o Korunovačnej Bratislave a korunovačných slávnostiach, kde BTB zabezpečila autorské texty, fotografie, mapu a brožúra vyšla v troch jazykových mutáciách (SJ, NJ, AJ). Zároveň BTB zorganizovala v spolupráci so zastúpením SACR v Maďarsku infocestu pre 15 maďarských novinárov po Bratislave, keďže maďarský trh prejavuje čoraz väčší záujem o toto podujatie. Organizátor podujatia sa v rámci zmluvnej spolupráce zaviazal k zabezpečeniu dramaturgie a produkčnej realizácie podujatia vrátane všetkých parciálnych súčastí, k poskytnutiu výstupov pre BTB (napr. fotografie, videá, z podujatia, PR výstupy, a pod.) a k prezentácii a propagácii BTB ako partnera podujatia, ktorý zabezpečil vybrané súčasti podujatia vrátane intenzívnej komunikačnej podpory a distribúcie informácií o podujatí prostredníctvom svojich distribučných ciest (TIC BTB, partnerské TIC a pod.)



- Festival Frankovky (24. – 26.06. 2016). Podujatie sa snaží oživiť bohaté vinohradnícke a vinárske tradície tohto regiónu. Cieľom organizátorov je podporiť bratislavských vinárov a viac prezentovať vinárske a vinohradnícke tradície v malokarpatskom regióne v rámci Korunovačných slávností. Chcú dostať do povedomia verejnosti nielen to, že bratislavské vína sú vynikajúce, ale tiež, že Frankovka modrá má výrazné zdravotné účinky. BTB ako partner podujatia zabezpečil prenájom pagôd. Organizátor podujatia sa v rámci zmluvnej spolupráce zaviazal k zabezpečeniu dramaturgie a produkčnej realizácie podujatia vrátane všetkých parciálnych súčastí, k poskytnutiu výstupov pre BTB (napr. fotografie, videá, z podujatia, PR výstupy, a pod.) a k prezentácii a propagácii BTB ako partnera podujatia, ktorý zabezpečil vybrané súčasti podujatia vrátane intenzívnej komunikačnej podpory a distribúcie informácií o podujatí prostredníctvom svojich distribučných ciest (TIC BTB, partnerské TIC a pod.)



- Bratislava City Downhill (22. - 25.06.2016). Je športové podujatie o mestskom zjazde plnom schodov, dropov a skokov, ktoré vedú z nádvorja Bratislavského hradu až na Rybné námestie. Sprievodné akcie zahŕňali exhibície a hudobný program. BTB okrem komunikačnej podpory podujatia zabezpečila pre návštevníkov PUMPTRACK cyklistickú dráhu. V rámci partnerstva mala BTB zabezpečený rozsiahly branding po areáli podujatia, ako aj zahrnutie do promo videa, ktoré vzniklo k podujatiu. Organizátor podujatia sa v rámci zmluvnej spolupráce zaviazal k zabezpečeniu dramaturgie a produkčnej realizácie podujatia vrátane všetkých parciálnych súčastí, k poskytnutiu výstupov pre BTB (napr. fotografie, videá, z podujatia, PR výstupy, a pod.) a k prezentácii a propagácii BTB ako partnera podujatia, ktorý zabezpečil vybrané súčasti podujatia vrátane intenzívnej komunikačnej podpory a distribúcie informácií o podujatí prostredníctvom svojich distribučných ciest (TIC BTB, partnerské TIC a pod.).



- Kultúrne leto a hradné slávnosti (jún - september 2016). Od júna do septembra v uliciach mesta prebiehal tento najväčší mestský festival (41. ročník). Hlavným organizátorom, producentom a dramaturgom je BKIS. Festival každoročne prináša do ulíc Bratislavy zaujímavé podujatia plné tanca, hudby, výtvarného umenia, a pod. BTB ako partner podujatia zabezpečila veľkú časť umeleckých výkonov, ako aj mediálnu podporu a propagáciu podujatiu. Participovala na čiastkových podujatiach tohto podujatia, konkrétne napr. Five Gentlemen (Letná čítareň u Červeného Raka), Hudba na Dunaji (Lod' Martin), Hudba v Sade (Sad Janka Kráľa), Fat Jazz Band (Hlavné námestie), Mestské hradby (hradby), Hudobné nádeje (Mestské hradby), Saxophone Syncopators (Letná čítareň u Červeného Raka). Tieto podujatia prebiehali v mesiacoch jún, júl, august a BTB zabezpečila umelecké výkony začínajúcich, nádejných ale i známych umelcov, ktorí majú potenciál pritiahnúť do destinácie publikum so záujmom o tento žáner. V auguste zabezpečila BTB umelecké výkony v rámci podujatia Korunovačná omša. Celkovo išlo o vyše 140 umeleckých výkonov. Podieľala sa na tvorbe a tlači cudzojazyčných bulletinov k podujatiu. Konkrétne zabezpečila preklad bulletinu podujatia do Aj a NJ (náklad 1000 ks) a jeho distribúciu v rámci svojich distribučných ciest. Zároveň BTB spolupracovala na vzniku informačno-propagačných materiálov k podujatiu, ich distribúcii v TIC BTB a na ďalších distribučných miestach BTB. Organizátor podujatia sa v rámci zmluvnej spolupráce zaviazal k zabezpečeniu dramaturgie a produkčnej realizácie podujatia vrátane všetkých parciálnych súčastí, k poskytnutiu výstupov pre BTB (napr. fotografie, videá, z podujatia, PR výstupy, a pod.) a k prezentácii a propagácii BTB ako partnera podujatia, ktorý zabezpečil vybrané súčasti podujatia vrátane intenzívnej komunikačnej podpory a distribúcie informácií o podujatí prostredníctvom svojich distribučných ciest (TIC BTB, partnerské TIC a pod.)



- Festival Divokej vody (02. – 03.07. 2016) je jedinečný športový festival s adrenalínovými, športovými a relaxačnými aktivitami pre všetky vekové kategórie. Pripravené boli súťaže pre rodiny s deťmi aj jednotlivcov, atrakcie, hry, zábava. Súčasťou programu je sprievodný koncertný program. Doprava na festival bola zabezpečená kyvadlovou autobusovou prepravou, a lodnou prepravou za špeciálnu cenu 1 Euro. BTB ako partner podujatia uhradil náklady spojené s lodnou prepravou, čím sa stalo podujatie za symbolickú cenu za lístok na loď dostupné pre širokú verejnosť, rodiny s deťmi a pod. BTB zároveň spolupracovala na vzniku informačno-propagačných materiálov k podujatiu a ich distribúcii. Organizátor podujatia sa v rámci zmluvnej spolupráce zaviazal k zabezpečeniu dramaturgie a produkčnej realizácie podujatia vrátane všetkých parciálnych súčastí, k poskytnutiu výstupov pre BTB (napr. fotografie, videá, z podujatia, PR výstupy, a pod.) a k prezentácii a propagácii BTB ako partnera podujatia, ktorý zabezpečil vybrané súčasti podujatia vrátane intenzívnej komunikačnej podpory a distribúcie informácií o podujatí prostredníctvom svojich distribučných ciest (TIC BTB, partnerské TIC a pod.)



- Slovak Press Photo (20.10. – 30.11.2016) je súťaž obrazovej žurnalistiky a následná výstava prinášajúca svedectvo o živote tak, ako ho vidia tvorcovia žijúci na Slovensku a v okolitých krajinách. Jej cieľom je umožniť verejnosti byť očitým svedkom udalostí

a javov uplynulého roka. BTB ako partner podujatia zabezpečila infocestu pre 10 porotcov súťaže, vrátane nákladov na ubytovanie, stravovanie a program. Jedným z výstupov pre BTB bolo získanie fotografií, ktoré vznikli v rámci podujatia do vlastnej databázy. Organizátor podujatia sa



v rámci zmluvnej spolupráce zaviazal k zabezpečeniu dramaturgie a produkčnej realizácie podujatia vrátane všetkých parciálnych súčastí, k poskytnutiu výstupov pre BTB (napr. fotografie, videá, z podujatia, PR výstupy, a pod.) a k prezentácii a propagácii BTB ako partnera podujatia, ktorý zabezpečil vybrané súčasti podujatia vrátane intenzívnej komunikačnej podpory a distribúcie informácií o podujatí prostredníctvom svojich distribučných ciest (TIC BTB, partnerské TIC a pod.)

- Vianoce v meste (18. 11. - 22.12. 2016). Adventnú Bratislavu s mestskými vianočnými trhmi obohatil program, ktorý upriamuje pozornosť na tradície, spevy a koledy. Program bol doplnený aj pásmami slova a hudby, dramatickými scénkami či tancom, ktoré boli súčasťou programu Vianočná Bratislava. BTB ako partner podujatia zabezpečil vybrané umelecké vystúpenia a hudobný program, spolupracoval na vzniku informačných materiálov k podujatiu. Organizátor podujatia sa v rámci zmluvnej spolupráce zaviazal k zabezpečeniu dramaturgie a produkčnej realizácie podujatia vrátane všetkých parciálnych súčastí, k poskytnutiu výstupov pre BTB (napr. fotografie, videá, z podujatia, PR výstupy, a pod.) a k prezentácii a propagácii BTB ako partnera podujatia, ktorý zabezpečil vybrané súčasti podujatia vrátane intenzívnej komunikačnej podpory a distribúcie informácií o podujatí prostredníctvom svojich distribučných ciest (TIC BTB, partnerské TIC a pod.)



- Culinary days (v priebehu roka 2016). Prezentácia regionálnej kuchyne, sezónnych receptov – jahody, špargľa a pod., čerstvých surovín v centre hlavného mesta. BTB ako partner podujatia zabezpečil priestor a príslušné povolenia pre uskutočnenie podujatia. Organizátor podujatia sa v rámci zmluvnej spolupráce zaviazal k zabezpečeniu dramaturgie a produkčnej realizácie podujatia vrátane všetkých parciálnych súčastí, k poskytnutiu výstupov pre BTB (napr. fotografie, videá, z podujatia, PR výstupy, a pod.) a k prezentácii a propagácii BTB ako partnera podujatia, ktorý zabezpečil vybrané súčasti podujatia vrátane intenzívnej komunikačnej podpory a distribúcie informácií o podujatí prostredníctvom svojich distribučných ciest (TIC BTB, partnerské TIC a pod.)



Zameranie propagačných aktivít aj na domáce obyvateľstvo je nevyhnutné najmä v súvislosti s významnou aktivitou BTB, ktorou je tvorba a podpora produktov CR. Hoci sa Bratislava ako hlavné mesto SR musí prezentovať na zdrojových zahraničných trhoch, je dôležitou strategickou úlohou organizácie destinačného marketingu zameriavať sa vo svojich aktivitách aj na domáce obyvateľstvo.

Práve ponuka podujatí a produktov organizovaných v destinácii je určená pre toto publikum. Podpora produktov a podujatí zo strany BTB pozostávala aj z propagovania a prezentácie podujatí v rámci PR článkov uverejňovaných v rôznych periodikách, lifestyleových magazínoch a tematických časopisoch s distribúciou v rámci Slovenskej republiky. K ponuke destinácie vzťahujúcej sa na konkrétne obdobie v rámci sezóny/mimo sezóny sa odprezentoval aj kalendár podujatí aktuálnych pre dané obdobie, aj s ich opisom, ako pozvánka do destinácie. Komunikačná podpora produktom a podujatiam prebiehala v súlade s ich tematickým zameraním a s cieľovými trhmi, pre ktoré sú vybrané médiá určené.

Inzercia: Nový čas víkend (2x), Nový čas pre ženy (2x), Nový čas príloha, Život (9x), magazín EVA, Eurotelevízia (2x), Bratislava kuriér.



Osobitou súčasťou agendy je podpora vlastných produktov BTB, pričom ide najmä o BCC, web stránku BGC (ďalej len BGC) a v roku 2016 realizovaný nový projekt BTB - korunovačný foto-video point.

Dôležitou súčasťou plynulej prevádzky funkcionalít BCC karty je aj zabezpečenie marketingovej a technickej podpory karte. Za týmto účelom outsourcovala BTB v roku 2016 služby zahŕňajúce napr. administráciu softvér systému pod ktorým funguje karta, marketingovú podporu a získavanie nových distribučných ciest, spracovanie výúčtovacích protokolov, komunikácia so zmluvnými partnermi, zostavovanie pravidelných reportov, spracovanie jednoduchých manuálov a metodických pokynov pre nových užívateľov, kontrola systému pri jeho implementácii a prípadných updateoch, vykonávanie školení, inštalácia a servis u zmluvných partnerov, spracovanie offline údajov, pravidelné stretnutia s manažérom projektu a pod.



Web stránka BGC je svojím obsahom zameraná na prezentovanie ponuky hudobných, koncertných, umeleckých podujatí, oper, operiet a pod. určených pre náročné publikum, ktoré oceňuje tzv. vysoké umenie. K agende BTB v tejto oblasti patrí pravidelná aktualizácia obsahu web stránky a zabezpečenie prekladov príspevkov do jednotlivých jazykových mutácií. BTB spolupracuje s renomovanými odborníkmi, ktorí sa zaoberajú danou

problematikou, disponujú širokým prehľadom o dianí na kultúrnej scéne Bratislavy. Filharmóniu zastrešuje p. Trizuliak, balet, operu, SND, komornú hudbu zastrešuje p. Godárová.



Korunovačný dotykový foto – video point (viac v časti Marketing a propagácia) bol vzhľadom na náročnosť technického a technologického zabezpečenia rozsiahlou agendou činnosti BTB v roku 2016, s cieľom plnohodnotne a komplexne zabezpečiť jeho funkčnú, obsahovú, technickú aj vizuálnu stránku. V ďalšom období činnosti organizácie je plánovaná rozsiahla propagácia a komunikačná podpora tohto jedinečného projektu. V roku 2016 bolo zabezpečené jeho sprevádzkovanie so sloganom „Staň sa kráľom!“, vrátane komplexného vybavenia, interiérového zariadenia a dobových kostýmov a rekvizít, ktoré sprítomňujú historickú/dobovú atmosféru.



**4. PODPORA ATRAKTIVÍT DANEJ LOKALITY TAK
ABY SA STALI SÚČASŤOU STÁLEJ PONUKY
CESTOVNÉHO RUCHU**



Suma požadovanej dotácie: 25 000,- EUR
Suma použitej dotácie: 25 000,- EUR
Percentuálne využitie poskytnutých zdrojov: 100 %

BTB využíva efektívne a účinné možnosti na prezentovanie atraktivít mesta tak, aby sa dostali do povedomia širokej laickej i odbornej verejnosti. Jedným z nástrojov, ako tento cieľ dosiahnuť, je aj organizovanie inšpekčných ciest, infociest, presstripov, študijných ciest, fam tripov a pod. pre relevantné cieľové skupiny, za účelom zviditeľnenia a spropagovania vybraných atraktivít destinácie. Cieľové skupiny sú prevažne zahraniční žurnalisti a zástupcovia mienkotvorných médií (prípadne médií s obsahovou náplňou týkajúcou sa cestovania, životného štýlu, poznávania, dobrodružných ciest a pod.), touroperátori a zástupcovia CK a CA, bloggeri, nákupcovia v MICE segmente, prípadne významní účastníci (oficiálni pozvaní VIP hostia a pod.) partnerských podujatí a pod. Cieľom realizovaných poznávacích ciest je sprostredkovať ich účastníkom výnimočný zážitok a osobnú skúsenosť s mestom tak, aby ich následný mediálny výstup pôsobil autenticky, sprítomňoval atmosféru mesta a mal potenciál prilákať do destinácie nových návštevníkov.

BTB sa snaží zohľadňovať aktuálne trendy na trhu a oslovovať zástupcov takých médií a subjektov, ktorí využívajú efektívne formy oslovenia verejnosti a kde je vysoká pravdepodobnosť, že mediálny výstup nájde odozvu u svojho publika. Bloggeri sú ďalším príkladom relatívne novodobého trendu, ktorý sa teší veľkej obľube a popularite, najmä medzi skupinou mladých cestovateľov.

Súhrnne sa v roku 2016 realizovalo celkovo 38 menších i väčších projektov – infociest. Išlo o individuálov, dvojice, malé skupiny ale i početnejšie skupiny. Kritériami výberu jednotlivých účastníkov infociest bolo zameranie a dosah (čítanosť, náklad, distribúcia a pod.) média, pre ktoré pracujú, v prípade bloggerov alebo žurnalistov pracujúcich v online médiách išlo o „zásah“ a výkonnosť ich výstupov v online priestore. Viacerí účastníci infociest boli priamo prepojení na podujatia, na ktorých sa BTB partnersky spolupodieľala (viac v časti Tvorba a podpora produktov).

BTB pri realizácii uvedenej aktivity spolupracovala s viacerými partnermi: Ekonomická univerzita Bratislava, Magistrát hlavného mesta Bratislava, SACR, BRT, viacerí členovia a partneri BTB, Ryanair, Slovak Press Photo, organizátori partnerských podujatí a pod.



Stručný prehľad realizovaných aktivít v roku 2016:

Bloggeri:

Termín	Národnosť	Meno/názov	Počet osôb	Plnenie	Partneri
06.-08.02.2016	Slovinsko	Nina potuje travel	1	UFO, BCC, ubytovanie, stravovanie	BTB
25.6.2016	Veľká Británia	Chris Rowlands Modern traveler	2	BCC	BTB
27.9.2016	Veľká Británia	Chris Rowlands Modern traveler	2	BCC	BTB
28.12.2016	Poľsko	tymrazem.pl	2	BCC	BTB
09.-11.12.2016	Taliansko	Dai che partiamo	1	vstup na Bratislavský hrad	BTB
26.7.2016	Nemecko	Travel and Food Blog-Landmeedchen	2	BCC	BTB

- Slovinsko: 06.-08.02.2016, 1 osoba. (zabezpečenie vstupu na vyhliadku UFO, poskytnutie BCC karty, návšteva miestnej reštaurácie a ubytovanie v hoteli poskytnutom členom BTB),
- Veľká Británia: 25. 06. 2016, 2 osoby (poskytnutie BCC karty),
- Veľká Británia: 27. 09.2016, 2 osoby (poskytnutie BCC karty),
- Poľsko: 28.12.2016, 2 osoby (poskytnutie BCC karty),
- Taliansko: 09.-11.12.2016, 1 osoba (vstup na BA hrad),
- Nemecko: 26. 07.2016, 2 osoby - Travel and Food Blog, (poskytnutie BCC karty).



Presstripy:

Termín	Národnosť	Meno/názov	Počet o.	Plnenie	Partneri
18.-19.01.2016	EÚ	ISU ME - novinári	21	UFO, BCC, ubytovanie, stravovanie	BTB
28.01.2016	Grécko	novinári	2	prehliadka mesta, doprava	BTB
05.-07.02.2016	Rakúsko	ÖBB	3	ZOO, UFO, BCC, detské múzeum	SACR
29.02.-03.03.2016	Kórea	TV štáb	8	regionálne špeciality	SACR
28.04.2016	Česko	žurnalisti	5	Prešporáčik	Media Central, Flora Tour
14.-15.05.2016	Rakúsko	ÖBB, AuVi e Books	2	prehliadka mesta	BTB
21.-22.05.2016	Chorvátsko	FIJET	1	ubytovanie	SACR
23.-26.06.2016	Nemecko	Ryanair	4	ubytovanie, strava	BRT, Ryanair
20.06.2016	India	médiá	2	prehliadka mesta	
25.06.2017	Maďarsko	novinári	15	doprava, gastro, BCC	SACR
08.07.2016	EÚ	Európsky summit MaR	30	prehliadka mesta, UFO	MagiBA
31.07.-02.08.2016	Argentína	touroperátor	2	BCC	BTB
04.-06.08.2016	Bulharsko	novinári	2	Prešporáčik, UFO, gastro ochutnávka, ubytovanie	SACR
08.09.2016	Španielsko	novinári	2	Prešporáčik, UFO, gastro ochutnávka	SACR
19.-21.09.2016	Španielsko	novinári	7	ubytovanie, UFO	SACR
24.09.2016	Nemecko	TV ZDF	2	post komunistická prehliadka	Authentic Slovakia
08.10.2016	EÚ	Interrail, Europa by Rail	8	prehliadka hradu Devín	SACR
01.-04.12.2016	Nemecko Rakúsko	médiá	6	ubytovanie, regionálna gastro	SACR

- Presstrip v rámci podujatia ISU - ME v krasokorčuľovaní, 18.-19.01.2016, 21 novinárov z Európy (zabezpečená prehliadka mesta, vyhliadka UFO, doprava, sprievodný program),
- Grécko: 28.01.2016, 2 osoby (prehliadka mesta, doprava),
- Rakúsko: 05. - 07. 02.2016, 3 osoby, zástupcovia spoločnosti ÖBB, presstrip v spolupráci so SACR (ZOO, vyhliadka UFO, prehliadka detského múzea, poskytnutie BCC karty),
- Kórea: 29. 02.- 03. 03.2016, 8 osôb. Zástupcovia kórejskej TV. Presstrip v spolupráci so SACR (ochutnávka regionálnej kuchyne), výstupom relácia v kórejskej TV
- Česko: 28.04.2016, 5 osôb. (prehliadka mesta Prešporáčikom),

- Rakúsko: 14.-15. 05.2016, 2 osoby, spoločnosť ÖBB a AuVi eBooks (prehliadka mesta),
- Chorvátsko: 21.-22. 05.2016 a 15.-17. 06.2016, 1 osoba, novinár FIJET. (ubytovanie),
- Nemecko: 23.-26.06.2016, 4 osoby. V spolupráci s BRT a Ryanair (zabezpečenie ubytovania, stravy a programu),
- India: 20.06.2016, 2 osoby (sprevádzaná prehliadka mesta),
- Maďarsko: 25. 06.2016, 15 osôb. Maďarskí novinári na Korunovačných slávnostiach, spolupráca so SACR (ochutnávka gastronómie, BCC karty, doprava). Očakávané výstupy v rôznych médiách,
- Európsky summit miest a regiónov: 08. 07.2016, 30 osôb. V spolupráci s magistrátom mesta Bratislava (prehliadka mesta, UFO). akreditovaní novinári na summite,
- Argentína: 31.07.- 02. 08.2016, 2 osoby. Touroperátor z Argentíny (BCC karta),
- Bulharsko: 04.-06.08.2016, 2 osoby. Bulharskí novinári (ubytovanie, ochutnávka gastronómie, jazda Prešporáčikom, vyhlídka UFO),
- Španielsko: 08.09.2016, 2 osoby. Španielski novinári pripravujúci bedeker o Slovensku, v spolupráci so SACR (jazda Prešporáčikom, UFO, ochutnávka gastronómie),
- Španielsko: 19.-21. 09.2016, 7 osôb. V spolupráci so SACR. (ubytovanie, UFO),
- Nemecko: 24. 09.2016, 2 osoby, nemecká TV ZDF, v spolupráci s Authentic Slovakia, post-socialistická prehliadka Bratislavy,
- Európski zástupcovia spoločností Interrail a Europa by Rail: 08.10.2016, 8 osôb. V spolupráci so SACR (prehliadka hradu Devín),
- Nemecko/Rakúsko: 01.-04.12.2016. 6 osôb, zástupcovia médií. V spolupráci so SACR (ubytovanie, ochutnávka gastronómie).



Infocesty:

Termín	Národnosť	Meno/názov	Počet o.	Plnenie	Partneri
18.2.2016	SR	MVC	45	autobusová doprava	Tour 4 U
12.3.2016	Rakúsko	sprievodcovia CR	25	gastro ochutnávka	BTB
09.-20.10.2016	EÚ	Slovak Press Photo - porotci	10	ubytovanie, strava, program	Slovak Press Photo
18.10.2016	SR	konferencia- dejiny miest	6	Prešporáčik	BTB
2.11.2016	Nemecko	Ulm - Dunajská stratégia	20	Prešporáčik, prehliadka mesta	BTB
22.-24.11.2016	Taliansko	Konferencia Veduta	4	ubytovanie, prehliadka mesta, doprava	BTB
23.11.2016	EÚ	ETC Travel Boards	50	program - slávnostná večera	MagiBA SACR, BRT
15.12.2016	SR	Partneri BTB	23	regionálna gastronómia	BTB
22.11.2016	SR	AICES kolokvium		večera	AICES

- Subjekty participujúce na produkte Malokarpatská vínná cesta: 18. 02.2016, 45 osôb. (zabezpečenie dopravy),
- Rakúsko: 12.03.2016, 25 osôb. Rakúski sprievodcovia v CR (posedenie v tradičnej bratislavskej kaviarni s ochutnávkou lokálnych produktov).
- Slovak Press Photo účastníci z celej Európy: 09.-20.10.2016. Účastníkmi boli medzinárodní porotcovia súťaže Slovak Press Photo. Išlo o významné osobnosti vo svojom odvetví. Infocesta bola realizovaná v spolupráci s organizátormi Slovak Press Photo. (ubytovanie, stravovanie, doplnkové služby – program, cateringové služby počas ich pobytu).
- Účastníci konferencie „Pohromy, katastrofy a nešťastia v dejinách našich miest“: 18.10.2016, 6 osôb (jazda Prešporáčikom),
- Nemecko: 02.11.2016, 20 osôb. Delegácia z Ulmu, pri príležitosti 5. fóra dunajskej stratégie (prehliadka mesta, jazda Prešporáčikom). Kontakty vzniknuté na základe úzkej spolupráce BTB s Ulmom počas organizácie podujatí v sérii Donaufest a pod.
- Taliansko: 22.-24.11.2016, 4 osoby. Konferencia Veduty Bratislavy vo Florencii (ubytovanie, prehliadka mesta, doprava),
- ETC Travel Boards: 23.11.2016, 50 osôb, účastníci stretnutia ETC, infocesta organizovaná v spolupráci so SACR a BRT. Významní predstavitelia cestovného ruchu v európskom priestore mali možnosť zažiť atmosféru bratislavských vianočných trhov,

vyhliadku na celé mesto z reštaurácie UFO, spoznať hrad Červený Kameň degustovať slovenské vína. Súčasťou programu bola aj slávnostná večera v Zrkadlovej sieni Primaciálneho paláca, kde členov ETC privítal primátor Bratislavy Ivo Nesrovnal.

- Stretnutie partnerov BTB: 15.12.2016, 23 osôb, ochutnávka regionálnych špecialít,
- Kolokvium AICES: 22.11.2016. Zabezpečenie večere pre účastníkov kolokvia – zástupcov informačných centier Slovenska.



Famtrips

Termín	Národnosť	Meno/názov	Počet o.	Plnenie	Partneri
26.-27.06.2016	Taiwan	touroperátor	5	ubytovanie, ochutnávka regionálnej kuchyne	SACR
26.-27.06.2016	Brazília	touroperátor	2	ubytovanie, ochutnávka regionálnej kuchyne	SACR
27.-30.10.2016	Škandinávia	touroperátor	7	ubytovanie, ochutnávka regionálnej kuchyne	SACR

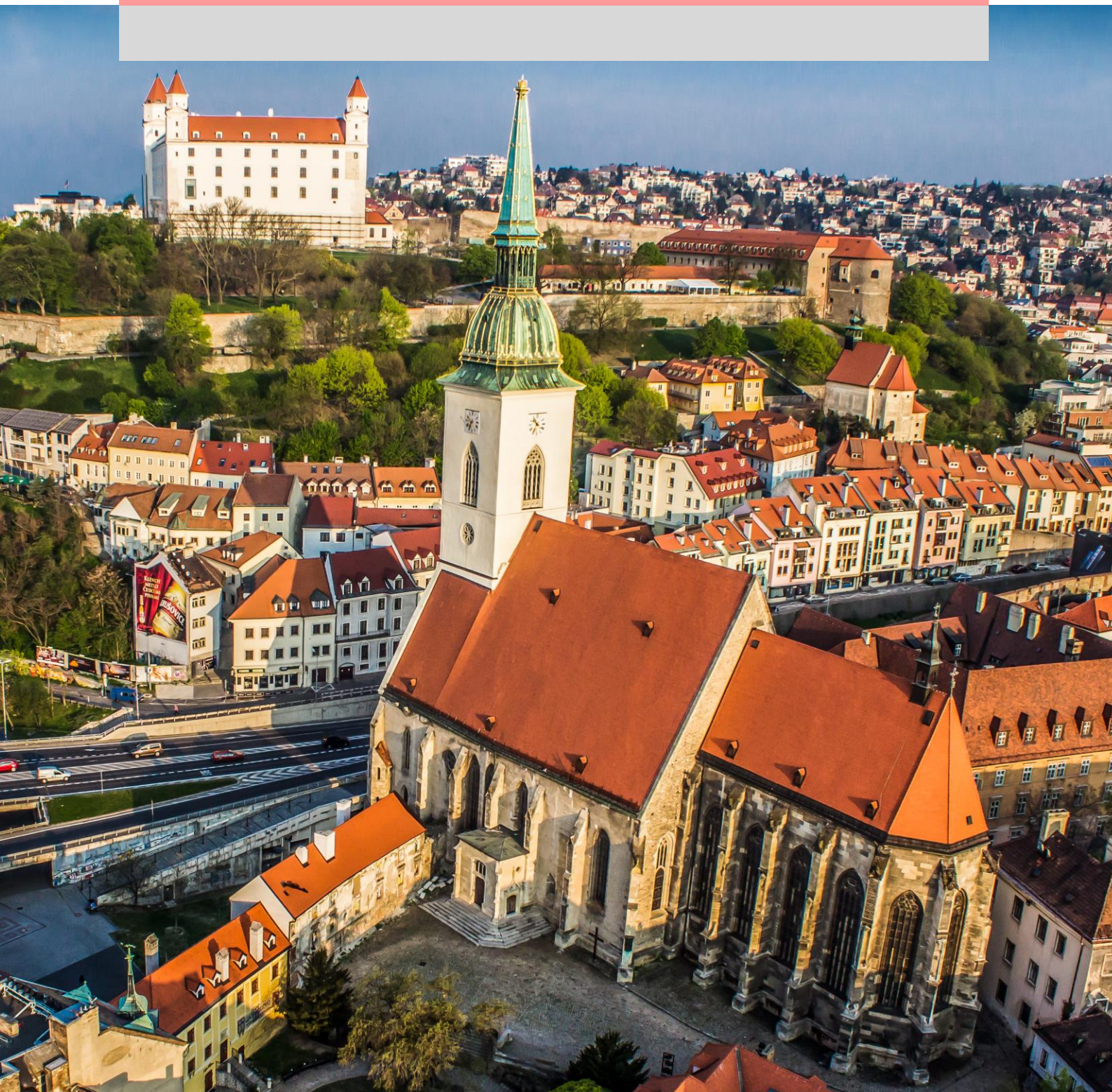
- Taiwan: 26.-27.06. 2016, 5 osôb. Touroperátori z Taiwanu, v spolupráci so SACR (ubytovanie, ochutnávka regionálnej kuchyne),
- Brazília: 26.-27. 06.2016, 2 osoby. Touroperátori z Brazílie, v spolupráci so SACR (ubytovanie, ochutnávka regionálnej kuchyne),
- Škandinávia: 27.-30. 10. 2016, 7 osôb. Škandinávski touroperátori, v spolupráci so SACR (ubytovanie, ochutnávka regionálnej kuchyne).

Výsledkom realizovaných aktivít sú početné mediálne výstupy v podobe článkov, blogov, PR aktivít, online postov a pod. O každom výstupe informuje BTB svojich členov ako aj širokú verejnosť prostredníctvom profilu na sociálnej sieti Facebook. Infocesty, inšpekčné cesty, fam tripy, presstripy, výstupy bloggerov a pod. majú významnú úlohu a silu z hľadiska schopnosti

ovplyvňovať širokú verejnú mienku, stanovovať trendy v cestovaní na najbližšiu sezónu, vytipovať top „5“ top, resp. top „10“ miest, ktoré sú výnimočné nejakým spoločným prvkom/autenticitou/unikátnosťou a pod. V súčasnosti majú práve takéto „organicky“ vzniknuté prezentácie destinácií najväčší dosah na cieľové publikum (obzvlášť v online priestore, vrátane imidžových videí a pod.). Rebríčky hodnotenia, pútavo písané blogy a články, autentické fotografie a videá dokážu aj z neznámej destinácie spraviť v priebehu krátkeho času vyhľadávané miesto.



5. INFRAŠTRUKTÚRA CESTOVNÉHO RUCHU



Suma požadovanej dotácie: 13 000,- EUR

Suma použitej dotácie: 13 000,- EUR

Percentuálne využitie poskytnutých zdrojov: 100 %

Úroveň kvality a stav infraštruktúry cestovného ruchu v destinácii je jedným z rozhodujúcich činiteľov vplývajúcich na vnímanie imidžu destinácie zo strany návštevníka. K nosným aktivitám BTB v tejto oblasti patrí umiestnenie informačno – navigačného systému pre turistov na strategických miestach v meste, digitalizácia procesu poskytovania informácií pre turistov, rozšírenie existujúcich navigačných systémov (umiestnenie nových smerovníkov, repasácia existujúcich, a pod.). Súčasťou aktivít je aj zatraktívnenie vzhľadu vybraných strategických objektov z pohľadu turistickej infraštruktúry.

V roku 2016 realizovala BTB inštaláciu označenia TIC BTB v podobe osadenia dvoch podsvietených „ičiek“ ako symbolu info pointu na budove na Klobučníckej ulici v Bratislave. Zabezpečila sa tým lepšia vizibilita umiestnenia informačného centra, čo turistom uľahčí orientáciu v meste.

Významnou aktivitou z hľadiska skvalitňovania informačno – navigačného systému v Bratislave bolo osadenie 25 ks veľkoplošných máp centra mesta s vyznačením bodov záujmu. Mapy boli umiestnené v rámci citylight plôch na strategických miestach s vysokým výskytom turistov a návštevníkov mesta. Projekt bol realizovaný v spolupráci s Magistrátom mesta Bratislava.



Ako uvádzame v kapitole „Turistické informačné centrum“, BTB prevádzkuje vlastné TIC (Klobučnícka (centrum), Letisko M. R. Štefánika a sezónne TIC – Hlavná autobusová a Hlavná železničná stanica). Ide o sprístupnenie destinácie návštevníkom v mieste ich prvého kontaktu s mestom, zabezpečenie informovanosti o aktuálnom dianí, čo má následne pozitívny vplyv na návštevnosť vybraných podujatí a atraktivít CR, a to sa prejaví v nadväzných ukazovateľoch CR. BTB si tým zároveň jednu zo svojich prioritných úloh v podobe zabezpečenia infraštruktúry CR pre návštevníkov a ich informovanosti. Okrem stálych zamestnancov využíva BTB aj prácu brigádnikov, vystupujúcich v úlohe

prezentátorov regiónu. Svojou činnosťou prispievajú k propagácii destinácie, poskytovaniu informácií, lepšej orientácii turistov v meste, budovaniu imidžu Bratislavy a pod. Sú mienkotvorným činiteľom, ktorý významne ovplyvňuje dojem návštevníka z destinácie a z poskytovaných služieb. Dominantne sú náklady na brigádnikov hradené zo zdrojov BTB, v zmysle oprávnených aktivít sú vybrané položky hradené aj z dotácie.



Okrem zabezpečenia stálych a sezónnych TIC, spolupracuje BTB aj s partnerskými informačnými centrami v destinácii, resp. na strategických vstupných bodoch do Bratislavy. V roku 2016 BTB zabezpečila informačno – propagačnými materiálmi info pointy v Hainburgu, na nástupnom mieste Twin City Liner, na viedenskom letisku Schwechat (pri príležitosti konania podujatia SK PRES), v Parndorfe, v Schloss Hofe.



Okrem toho vstúpila BTB do spolupráce s partnerskými subjektmi - komerčnými infocentrami v zmysle prijatej koncepcie BTB, stanovujúcej minimálne štandardy, ktoré musia komerčné infocentrá spĺňať, aby sa mohli uchádzať o podporu zo strany BTB. K minimálnym štandardom patrí napr: štandardy v súlade s AICES politikou, zaškolený

fundovaný pracovník, ovládanie anglického jazyka na komunikatívnej úrovni, vhodná lokalizácia prevádzky v Bratislave z hľadiska toku turistov, a to na prístupových bodoch do Bratislavy, otváracie hodiny (min. 4 hod, 6 dní v týždni), adekvátne priestorové a technické zabezpečenie. Technická základňa: Informačné centrum musí mať primeranú veľkosť klientskej zóny, aby vystavilo a poskytlo k odberu letáky, mapy a ďalšie informačné prostriedky organizácie BTB a jej členov, prospekty členov BTB musia byť jasne viditeľné. Informačné centrum musí mať prístup na internet, tlačiareň a musí byť vybavené počítačom/tabletom. Prevádzkovateľ IC zabezpečuje štatistický prehľad návštevnosti IC pre BTB. Označenie prevádzky viditeľným „lčkom“, viditeľne zverejnený zoznam poskytovaných informácií (vrátane informácie na webe infocentra). Na základe spolupráce má BTB zabezpečené od partnerského infocentra poskytovanie informácií o členoch a partneroch BTB, predaj BC karty, označenie logom, vypracovanie správ o činnosti pre BTB a pod. BTB recipročne, okrem finančného plnenia, zabezpečila prezentáciu partnerských IC prevádzkovaných u komerčných subjektov na svojej webovej stránke, v tlačенých propagačných materiáloch, a v ďalšej online komunikácii doma i v zahraničí. Informátori v turistických centrách pôsobia v roli prezentátorov regiónu, s jedinečnou príležitosťou priamo vplývať na dojmy návštevníkov z destinácie, odporučiť im tipy na výlety a atrakcie podľa ich preferencií a tým sa stávajú veľmi kľúčovými reprezentantmi destinácie.

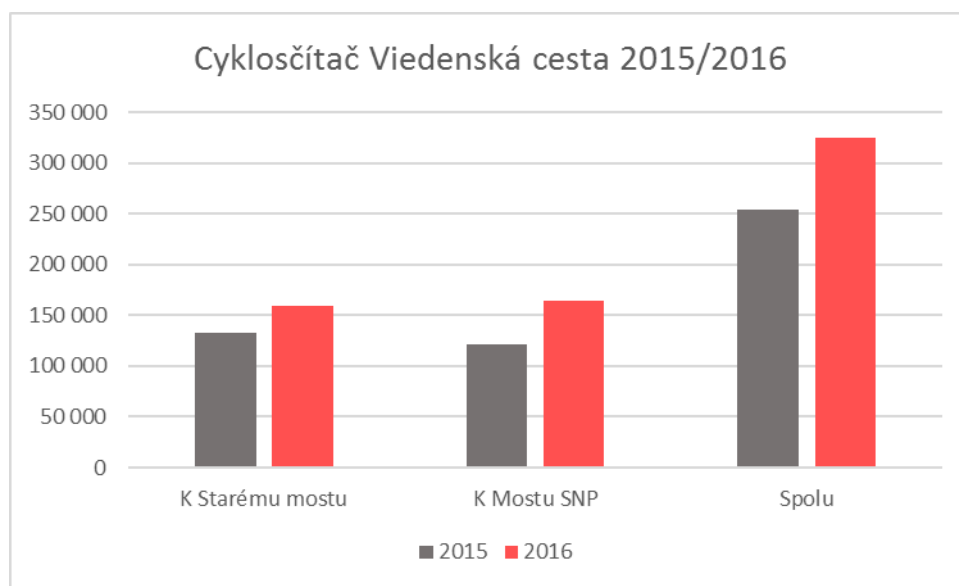
V roku 2016 prebiehala na báze partnerských infocentier spolupráca s Bratislava BIKE Point, umiestnenom na Viedenskej ceste, pri Moste SNP. Ide o strategicky situované infocentrum zamerané na cykloturistiku, požičiavanie bicyklov, drobný servis a opravy ako aj poskytovanie informácií. Vzhľadom na výskyt cyklotrás v okolí je toto miesto vysoko frekventované, vďaka čomu má BTB možnosť osloviť svoju cieľovú skupinu. Umiestnenie cyklosčítača v bezprostrednej blízkosti má tak svoje opodstatnenie a informačné centrum ako aj BTB tak disponuje dôležitými údajmi o počte a frekvencii cyklistov na tejto trase.

V roku 2016 bol Bratislava Bike Point (ďalej len BBP) v prevádzke v období od 10.6. do 30.9.2016 denne od 10:00 hod do 18:00 hod a v období od 1.6. do 10.6. 2016 a 1.10. do 31.10.2016 počas víkendov sviatkov od 10:00 hod do 18:00 hod. Mimo vyhradených hodín bolo možné dohodnúť si zapožičanie bicykla telefonicky alebo e-mailom. Najviac využívané služby BBP cyklistami a turistami: informačná (najmä cyklomapy, poskytovanie informácií a pod.), bezplatná úschovňa bicyklov, základný servis (náradie, oprava, kontaktovanie špecializovaných servisov), požičovňa bicyklov, zber štatistických údajov.



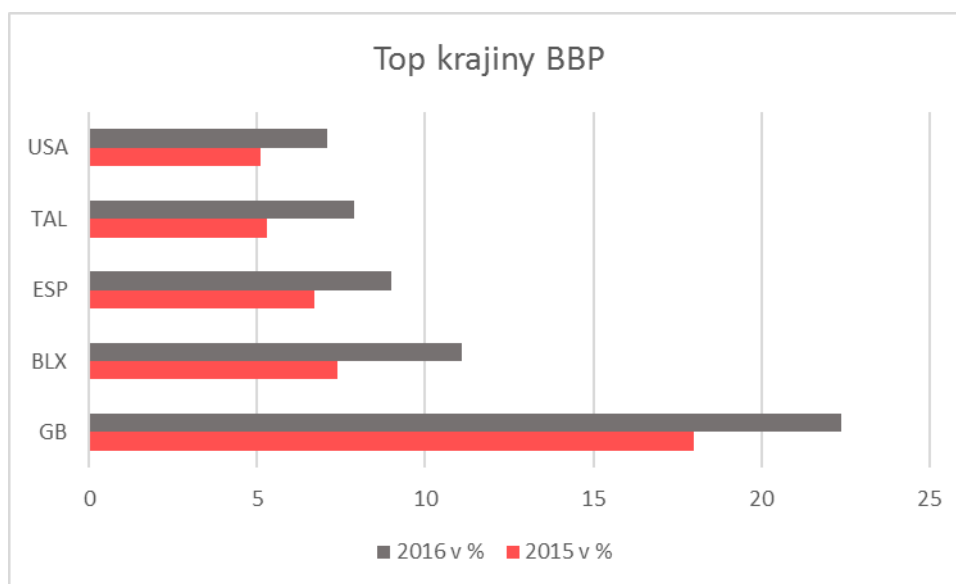
Aj výstupy z cyklosčítača odôvodňujú potrebu kontaktného bodu pre cyklistov v tejto lokalite keďže neustále pribúda počet cyklistov využívajúcich blízke cyklotrasy.

Graf: Údaje z cyklosčítača na Viedenskej ceste



V období jún – október 2016 eviduje BBP 648 zahraničných návštevníkov (+ 11,53 %) a 63 domácich návštevníkov (-19 %). Top 5 zdrojovými trhmi boli v roku 2016: 1. Veľká Británia, 2. krajiny Beneluxu, 3. Španielsko, 4. Taliansko, 5. USA.

Graf: Návštevníci Bratislava Bike Point podľa zdrojových trhov



BBP organizoval aj dva typy cykloprehliadok. Hrad Devín a plavba po Dunaji a Cyklocesta Železnej opony. BBP sa zúčastnil najväčšieho európskeho cyklofestivalu Argus Bike vo Viedni, ako aj otvorenia infopointu v Hainburgu.

Ďalším partnerom bola spoločnosť Flora Tour, ktorá prevádzkuje infopoint na pontóne Huma 6, prístavisko Twin City Liner na Rázusovom nábreží v Bratislave. Ide o veľmi strategické miesto z hľadiska príchodu výletníkov a návštevníkov lodnou dopravou do Bratislavy, ktorí tak majú bezprostredne po príchode možnosť získať relevantné informácie o meste. Prevádzková doba infopointu bola od 25. marca do 1. novembra 2016, denne od 9:00 hod do 18:30 hod. Celková návštevnosť infopointu v roku 2016 bola 34 200 návštevníkov. K top 5 zdrojovým krajinám patrí Rakúsko, Nemecko, Veľká Británia, Poľsko, Taliansko. Najčastejšie sa návštevníci infopointu zaujímali o turistické pamiatky, reštauračné zariadenia, možnosti dopravy a prepravy v rámci Bratislavy ako aj do iných destinácií (SR, Budapešť, Viedeň, Praha), možnosti nakupovania a pod. K službám infopointu návštevníkom patrí poskytovanie informácií a sprostredkovanie alebo zabezpečenie turistických služieb.



**6. ZABEZPEČENIE STRATEGICKÝCH,
KONCEPČNÝCH A ANALYTICKÝCH MATERIÁLOV
A DOKUMENTOV, ŠTATISTÍK A PRIESKUMOV**



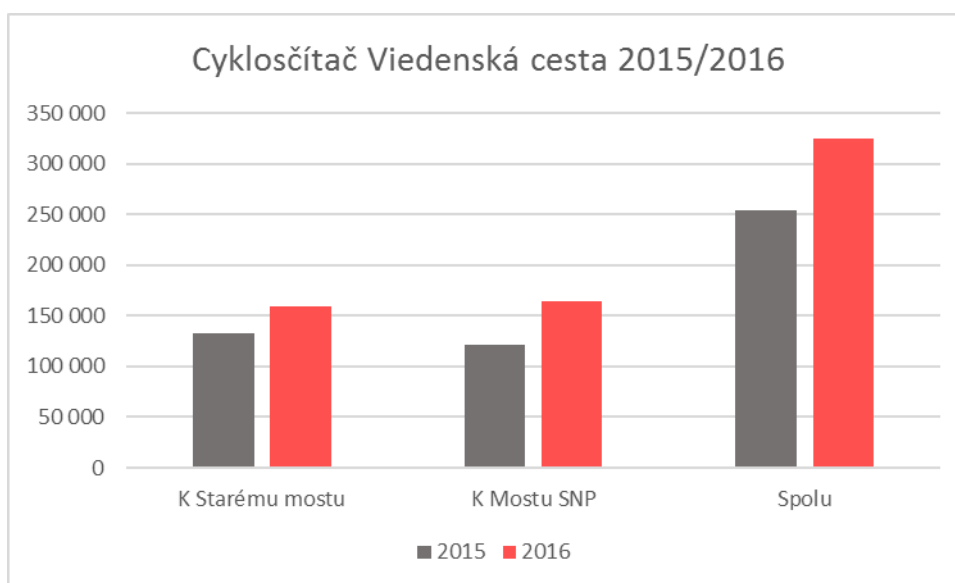
Suma požadovanej dotácie: 7218,- EUR

Suma použitej dotácie: 7218,- EUR

Percentuálne využitie poskytnutých zdrojov: 100 %

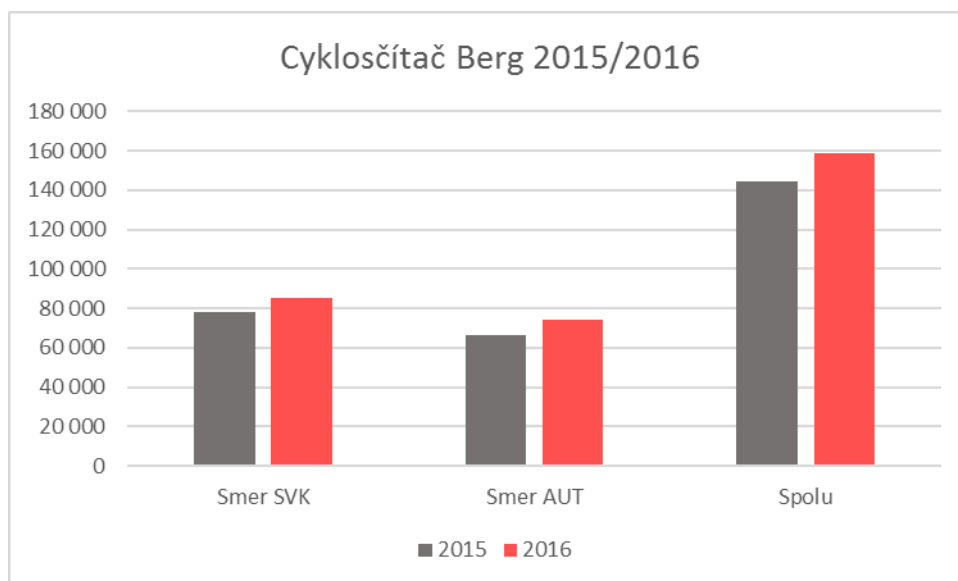
K aktivitám tejto kapitoly radíme okrem zabezpečovania koncepčných a strategických dokumentov pre potreby nastavenia smerovania činnosti organizácie ako aj stratégií ohľadom marketingu a manažmentu destinácie aj vybrané štatistické výstupy s výpovednou hodnotou o výkonoch CR v destinácii. Osobitnou oblasťou je sledovanie cykloštatistik na frekventovaných miestach s výskytom cyklistov (ale i peších chodcov), kde má BTB nainštalované tzv. cyklosčítače. Od Novembra roku 2014 má BTB v držbe 2 cyklosčítače – na Bratislavskej hrádzi – smer Berg (od 20.11.2014) a na Viedenskej ceste (od 22.11.2014). Cyklosčítače poskytujú tri typy údajov – celkový prejazd cyklistov v oboch smeroch a ďalšie dva údaje v jednotlivých smeroch (viac v texte Úvod – štatistiky).

Graf: Údaje z cyklosčítača umiestneného na Viedenskej ceste



Na poskytovanie uvedených údajov je potrebná technická podpora a systém, ktorý je zabezpečený externou dodávateľskou spoločnosťou. V pravidelných intervaloch má tak BTB prístup k aktuálnym údajom, ktoré následne spracúva a publikuje na svojej web stránke.

Graf: Údaje z cyklosčítača Berg



Významným projektom strategicko – analytického charakteru bolo vypracovanie dokumentu s názvom „Realizácia primárneho prieskumu, online prieskum a anketový prieskum, spracovanie dotazníkov vo forme dátového zdroja, analýza, vyhodnotenie prieskumu a návrh odporúčaní pre potreby BTB“. Projekt spracoval pre BTB v zmysle zadaných požiadaviek riešiteľský tím Ekonomickej univerzity v Bratislave. Vznikol na základe potreby BTB disponovať relevantnými dátami a informáciami o návštevníkoch destinácie, na základe ktorých môže organizácia efektívne nastaviť svoju ďalšiu marketingovú činnosť, komunikačnú stratégiu a budovanie imidžu destinácie. Cieľom projektu bolo na základe prieskumu prezentovať analytické výstupy, závery a odporúčania ako podklad pre komunikačnú kampaň Bratislavskej organizácie cestovného ruchu – obstarávateľa - na top zdrojových trhoch na obdobie do roku 2020.

Postup realizácie projektu:

- Príprava obsahu dotazníka, testovacia verzia, preklad dotazníka do AJ, NJ, MJ
- Prieskum v dvoch formách pomocou anketárov: face to face a na visitbratislava.com
- Zber dotazníkov na strategických miestach (Letisko M.R. Štefánika, autobusová stanica, železničná stanica, prístav Twin City Liner, parkovisko na nábreží, TIC BTB, centrum, hotely a pod.



Súhrnne spracovaných 848 dotazníkov spĺňajúcich stanovené kritériá (motív návštevy dovolenka, národnosť zo zdrojových trhov – ČR, Nemecko, Poľsko, Rakúsko, Maďarsko, Španielsko, Veľká Británia, Taliansko, USA. K výstupom a syntetizovaným záverom projektu patria nasledovné zistenia:

- Bratislava je cieľovou destináciou pre návštevníkov z tzv. TOP zdrojových trhov a stáva sa zaujímavá aj pre návštevníkov z ďalších, menej tradičných long haul krajín.
- On-line komunikácia je nevyhnutná. Vek účastníkov a potenciálnych návštevníkov už nepredstavuje bariéru, ktorá bola dominantná v minulých rokoch.
- Komunikácia musí časovo i priestorovo v dostatočnom rozsahu predchádzať návšteve zahraničného turistu. Poznatky o tom, odkiaľ klient pricestuje do Bratislavy sú dôležité z dôvodu čo najpresnejšieho smerovania a umiestnenia komunikačných prvkov na potenciálneho klienta.
- Dopravné prostriedky všetkých druhov dopravy je potrebné využiť na oslovenie potenciálneho návštevníka.
- Jednodňový návštevník v Bratislave pretrváva vo vysokej miere. Cieľ predĺžiť ich pobyt si vyžaduje tvorbu špecifických produktov, dostatočné informácie o ponuke cestovného ruchu v Bratislave pre individuálneho klienta. Cieľ predĺžiť pobyt je aktuálny aj pre organizovaného klienta (hlavne z long haul destinácií).
- Predĺženie pobytu si vyžaduje zvýšenú intenzitu komunikácie, ktorá bude smerovať na individuálneho klienta aj organizovaného klienta. Cestovné kancelárie v súčasnosti neposkytujú dostatočné zdroje informácií, ktoré by promovali Bratislavu.
- Dovolenkovú klientelu v Bratislave tvoria dva základné segmenty. Výrazné postavenie má segment turistov bez rodinných väzieb. Ide o osoby, ktoré cestujú úplne sami, alebo s priateľmi, či s kolegami. Druhú skupinu v menšom rozsahu tvoria rodiny s deťmi. Uvedená segmentácia podmieňuje tvorbu produktových línií a na to nadväzujúcu komunikáciu.
- Kvalita je prvoradý predpoklad spokojnosti hosťa a u návštevníkov Bratislavy má mimoriadny význam. Súčasný turista podmieňuje návrat a lojalitu spokojnosťou na základe kvality. Kvalita je aj podmienkou pre odovzdanie pozitívnych referencií.



Závery a odporúčania projektu tvoria relevantné východiská pre BTB na identifikovanie cieľových skupín, rozpoznanie ich správania a potrieb, formulovanie vnímania destinácie návštevníkmi, definovanie komunikačných stratégií s ohľadom na cieľové publikum, a tým sa stáva kľúčovým dokumentom pre nadväzujúce analytické, strategické a koncepčné dokumenty organizácie.

V spolupráci so Štatistickým úradom Slovenskej republiky BTB pravidelne zbiera a spracúva štatistické ukazovatele cestovného ruchu, najmä počty návštevníkov (z toho domáci, zahraniční), počty prenocovaní, tržby ubytovacích zariadení, zdrojové trhy, priemerná doba pobytu, počty ubytovacích zariadení, počty lôžok a pod. Tieto výstupy BTB pravidelne zverejňuje na web stránke, v PR výstupoch, tretím subjektom s pôsobnosťou v CR, pre potreby vzdelávania (záverečné práce študentov) a pod.

7. ZAVEDENIE HODNOTIACEHO SYSTÉMU KVALITY



Suma požadovanej dotácie: 1 000,- EUR

Suma použitej dotácie: 1 000,- EUR

Percentuálne využitie poskytnutých zdrojov: 100 %

Nosnou aktivitu v tejto kapitole bolo realizovanie projektu, ktorého obsahom bola analýza správania sa návštevníkov TIC BTB a okoloidúcich prostredníctvom WIFI signálu pochádzajúceho z mobilných zariadení. Súčasťou bolo zabezpečenie ponuky mobilných aplikácií a interaktívnych informácií na dotykových displejoch v objekte TIC BTB na Klobučníckej ulici.

Zámerom aktivity bolo prostredníctvom WIFI signálu z mobilných telefónov návštevníkov a okoloidúcich zbierať a analyzovať dáta pre potreby súčasných a budúcich marketingových aktivít BTB, zároveň zabezpečiť a ponúkať užitočné informácie pre návštevníkov pohybujúcich sa v objekte TIC alebo v okolí prostredníctvom mobilných aplikácií a dotykových displejov v objekte TIC na Klobučníckej ulici. Vďaka získaným údajom má organizácia kvalitatívne hodnotné informácie o návštevníkoch TIC, ich preferenciách, požiadavkách, a zároveň pozná základné demografické údaje o návštevníkoch, na základe ktorých je možné segmentovať vybrané skupiny (vek, pohlavie, národnosť a pod.).

WIFI modul (softvér) disponuje nasledovnými funkciami:

- analýza frekvencie návštev a zaťaženia objektu TIC BTB,
- metriky potenciálu okoloidúcich ľudí v okolí TIC v čase,
- údaje o pomere nových vs. vracajúcich sa návštevníkov,
- údaje o dobe strávenej návštevníkmi v objekte,
- metriky konverzie okoloidúcich na návštevníkov,
- údaje o frekvencii návštev a meranie lojality návštevníkov,
- ponuku špecifikovaného „splash screenu“,
- možnosti presmerovania na stránku „visitbratislava.com“,
- WIFI signál je poskytnutý návštevníkovi po zodpovedaní 3 otázok (napr. vek, pohlavie, krajina pôvodu)
- umožnenie stiahnutia si aplikácie.

Praktický význam funkcionalít splash screenu pre organizáciu je v získaní údajov o návštevníkoch, ako aj o ich užívateľskom správaní po pripojení sa na internet. Organizácia má možnosť sledovať záujem návštevníkov o vybrané typy informácií na internete, dobu, ktorú strávia na jednotlivých stránkach, počet návratov a pod. na základe čoho je možné strategicky pracovať s poskytovanými informáciami a formou ich prezentácie.

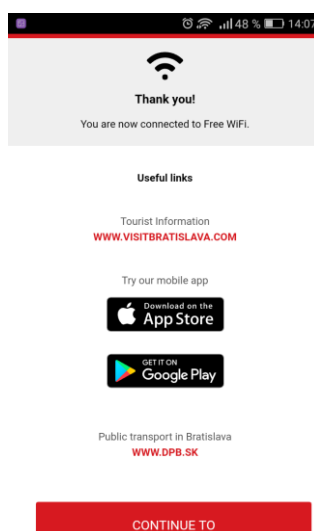
Okrem softvérového riešenia je projekt doplnený hardvérom na spracovanie WIFI signálu z mobilných telefónov návštevníkov a okoloidúcich a zároveň pre manažment a poskytovanie mobilných aplikácií. Súčasťou projektu je poskytovanie informácií v modernej podobe a na technologicky vysokej úrovni s využitím interaktívnych displejov pre návštevníkov objektu TIC BTB.



BTB má vďaka realizovanému projektu zabezpečené:

- prehľadné informácie o návštevnosti objektu a profile zákazníkov
- e-mailové správy a update dát v reálnom čase
- historické porovnanie vývoja jednotlivých metrík

Projekt je technologicky, inovatívne, vizuálne a dátovo interaktívne riešenie určené tak na skvalitnenie služieb poskytovaných návštevníkom destinácie, ako aj na zabezpečenie dôležitých podporných informácií pre marketingové aktivity organizácie. Výsledkom aktivity z dlhodobého hľadiska je rast kvality poskytovaných služieb návštevníkom TIC BTB.



**8. VZDELÁVACIE AKTIVITY ZAMERANÉ
NA SKVALITNENIE A ROZVOJ DESTINÁCIE
A CESTOVNÉHO RUCHU V NEJ**



Suma požadovanej dotácie: 6 000,- EUR

Suma použitej dotácie: 6 000,- EUR

Percentuálne využitie poskytnutých zdrojov: 100 %

Vzdelávacia a osvetová činnosť s dôrazom na vzdelávanie zamestnancov BTB, ale aj členov, partnerov a pracovníkov CR v destinácii je dôležitou súčasťou prioritných tém, ktorým sa BTB venuje. BTB kontinuálne vzdeláva svojich zamestnancov účasťou na školeniach, seminároch, workshopoch, vzdelávacích aktivitách, konferenciách a pod. Okrem financií poskytnutých MVD SR v podobe nenárokovateľnej dotácie kofinancuje významnú časť vzdelávacích aktivít BTB z členských zdrojov. Využíva i moderné formy na online platforme (online trainee academy, google školenia, digitálne semináre a pod.). V roku 2016 sa vybraní zamestnanci BTB (s ohľadom na zameranie a pracovnú agendu) zúčastnili odborných konferencií (TREND Marketing Summit, Horeca, TRAVEL EVOLUTION) pojednávajúcich o aktuálnych témach a problematike v odvetví CR, so zameraním na špecifické témy (hotelierstvo, ľudské zdroje v cestovnom ruchu, financovanie CR, podnikanie v CR, destinačný manažment/marketing a pod.). Z online školení absolvovali zamestnanci TREND online Academy. Z dôvodu potreby ovládania legislatívnych a administratívnych postupov súvisiacich so zákonom o verejnom obstarávaní, absolvovali zamestnanci BTB aj školenie zamerané na túto problematiku.



V súvislosti s iniciatívou založiť Asociáciu organizácií cestovného ruchu, (ďalej len AOOCR) združujúcu OOCR a KOOCR na Slovensku, sa BTB aktívne venuje aj tejto problematike, účasťou na stretnutiach odbornej pracovnej skupiny. Založenie asociácie je významnou iniciatívou z hľadiska účinnejšieho presadzovania záujmov OCR



na Slovensku, s cieľom prispieť k systematickej a efektívnej podpore rozvoja cestovného ruchu a k rastu jeho konkurencieschopnosti na medzinárodnom trhu CR. Zároveň sa BTB zúčastňuje na odborných pracovných stretnutiach s partnerskými OOCR/KOOCR na Slovensku za účelom výmeny skúseností, zdieľania know-how a rozširovania odborných poznatkov. V roku 2016 sa za prítomnosti zástupcov MDV SR konalo stretnutie v Dudinciach (úvodné rokovania o potrebe založiť AOOCR, školenie k procesom verejného obstarávania, prezentácia činností vybraných OOCR a KOOCR na Slovensku, výmena skúseností a know-how) a na Zemplínskej Šírave (rokovanie o riadiacich orgánoch AOOCR, stanovách AOOCR, financovaní AOOCR a pod., prezentovanie projektu Národný systém kvality služieb SR, informácie od zástupcov MDV SR k často kladeným otázkam OOCR a KOOCR pri podávaní žiadostí o dotáciu a pri vyúčtovaní dotácií. Menšie stretnutia so zástupcami OOCR a KOOCR sa konali pravidelne v priebehu roka či už v sídle BTB alebo v rámci služobných ciest (Vígľaš).

S cieľom efektívne profilovať Bratislavu ako MICE destináciu absolvovala BTB študijnú cestu do Dublinu 09.-13.10. 2016), kde zástupcovia BTB na stretnutí so zástupcami Ireland/Dublin Convention Bureau mali možnosť získať cenné poznatky a informácie od rozvinutej MICE destinácie, ktoré následne BTB aplikovala do vlastných stratégií a MICE politiky. V rámci programu navštívili zástupcovia BTB vybrané príklady best practice (Dublin Guinness Storehouse, Belfast Titanic Centre) – spolupráca verejného a súkromného sektora. Súčasťou programu bolo stretnutie s generálnym manažérom Dublin Convention Bureau a vybraných MICE venues. Inšpiratívne podnety vzišli zo spolupráce convention bureau Írska a Severného Írska – prezentujú sa pod spoločnou značkou Meet in Ireland, zúčastňujú sa veľtrhov na spoločnom stánku s jednotným brandingom a spolufinancujú marketingové a sales aktivity.



V Dubline sa paralelne konalo aj stretnutie skupiny European City Cards, ako platformy asociácie European Cities Marketing, na ktorom sa zástupcovia BTB taktiež zúčastnili – išlo o 3. výročné stretnutie expertnej skupiny pracovníkov TIC v Dubline, ktoré bolo aj platformou pre vzdelávanie. Workshopy viedla profesionálna trénerka Gabriela Schweinberger a riaditeľ TIC Graz Alexander Windischbacher. Prebiehali formou vypracovania úloh na základe zadani od koordinátorov workshopu. Súčasťou workshopov bola aj panelová diskusia na tému: Skúsenosti z prevádzky TIC v Turíne a Helsinkách, angažovanie dobrovoľníkov a externistov pre prácu v TIC a podmienky za akých pracujú.



Kofinancovaním vzdelávacích aktivít z vlastných prostriedkov si BTB zabezpečuje členstvo v dôležitých národných a medzinárodných organizáciách cestovného ruchu. Má tak možnosti získať aktuálne informácie o dianí na trhu medzinárodného CR, aktuálnom vývoji a trendoch, know-how a best practices. Členstvo zabezpečuje BTB neustále prísun aktuálnych informácií, výhody partnerskej spolupráce, nové kontakty a strategické partnerstvá.

Na národnej úrovni je BTB členom krajskej organizácie cestovného ruchu BRT, Asociácie informačných centier Slovenska, Zväzu cestovného ruchu Slovenskej republiky, Slovak Convention Bureau (aktuálne do decembra 2016).

Z medzinárodných organizácií bolo v roku 2016 aktuálne členstvo v Danube Competence Centre - DCC (združuje krajiny, ktoré spája téma „Dunaj“, ako faktor ekonomického, spoločenského, hospodárskeho, kultúrneho a sociálneho rozvoja), European Cities Marketing – ECM - asociácia združujúca mestské organizácie destinačného manažmentu a convention bureaus, ktorej cieľom je zvyšovanie konkurencieschopnosti a výkonnosti európskych mestských destinácií. V rámci ECM je BTB aktívna aj v špecializovanej skupine European City Cards (podporujúca mestské karty), RDA – Internationaler Bus Touristik Verband, ARGE – Strasse der Kaiser und Könige: združenie so sídlom v Linzi, ktoré spája subjekty CR, poskytovateľov dopravy a pod. so spoločnou témou Dunaj a kráľovská história miest. Bratislava je v intenciách témy „korunovačná Bratislava“ aktívnym členom ARGE.

Súčasťou kofinancovaných aktivít z členských prostriedkov v tejto kapitole sú aj zasadnutia riadiacich orgánov organizácie (predstavenstvo, valné zhromaždenie, dozorná rada a pod.), ktoré určujú zásadné smerovanie organizácie, schvaľujú plánované aktivity a prezentujú svoje odporúčania a pripomienky k aktivitám organizácie.

9. HOSPODÁRENIE ORGANIZÁCIE V ROKU 2016



Organizácia sa svojou činnosťou v roku 2016 sústredila na kontinuálne posilňovanie pozitívneho imidžu mesta Bratislavy a jeho brand awareness, ako dynamickej, otvorenej a pohostinnej turistickej stredoeurópskej metropoly podporou produktov a projektov cestovného ruchu a na to nadväzujúcimi ucelenými tematickými kampaňami na cieľových trhoch.

K 31.12.2016 mala BTB spolu 82 členov, z toho 1 obec – hl. mesto Bratislava, 62 podnikateľských subjektov a 19 ostatných členov.

Organizácia BTB hospodárila v roku 2016 podľa nasledovného rozpočtu:

	2015	2016
	skutočnosť k 31.12.2015	skutočnosť k 31.12.2016
Predpokladaná výška celkovej dotácie MDV SR (v EUR)	552 800	732 000
Príjmy (v EUR):	1 483 937,83	1 766 428,98
Presun dotácie MDV SR (KV) z predchádzajúceho roku	0,00	18000,00
Členský príspevok hl. mesta Bratislava	724 921,00	922 000,00
Členské príspevky podnikateľských subjektov	17 800,00	17 650,00
Členské príspevky ostatných subjektov	2 400,00	2 900,00
Príjmy z vlastnej činnosti	72 028,78	86 889,40
Ostatné príjmy	113 988,05	4 989,58
Štátna dotácia	552 800,00	714 000,00
Výdavky (v EUR):	1 335 136,79	1 585 031,21
Režijné (prevádzkové a mzdové) výdavky	400 242,94	410 179,95
z toho: Prevádzkové výdavky (bez TIC)	140 710,31	103 297,71
Mzdové a ostatné osobné výdavky (bez TIC)	259 532,63	306 882,20
Výdavky na aktivity (vlastné zdroje)	402 354,88	442 851,30
Výdavky na aktivity	532 538,97	732 000,00
Celkový Hospodársky výsledok v EUR:	-47 247,17	181 404,76
Hospodársky výsledok z nezdaňovanej činnosti	-36 262,08	182 377,88
Hospodársky výsledok zo zdaňovanej činnosti	-10 982,39	-973,12

Plán aktivít a rozpočet BTB bol schválený Valným zhromaždením z dňa 15.12.2015 na základe uznesenia č. 3. V zmysle schváleného rozpočtu bola žiadaná nenárokovateľná dotácia od MDV SR vo výške 714 000,- EUR, ktorá bola BTB na rok 2016 pridelená v plnej výške, na základe vypracovaného projektu na podporu rozvoja cestovného ruchu. Organizácia disponovala v roku 2016 aj kapitálovými zdrojmi poskytnutými MDV SR v roku 2015 vo výške 18 000,- EUR. Tieto zdroje BTB presunula z roku 2015 na čerpanie do roku 2016

a využila ich na vizuálnu prezentáciu určenú verejnosti prostredníctvom moderných technológií - Informačné a orientačné tabule (dotykové panely v TIC a na miestach vstupu do destinácie). Kapitálové prostriedky boli vyúčtované vo výške 18 000,- EUR, čo predstavuje 100 % z celkovej kapitálovej dotácie.

V roku 2016 sa v BTB odzrkadlila implementácia štrukturálnych zmien, ktoré nastali v druhej polovici roku 2015. Sfunkčnenie interných procesov organizácie a efektívne nakladanie s financiami sa začali premietiť nielen na hospodárení organizácie, ale aj na jej výsledkoch v marketingových, strategických a PR aktivitách. Implementovali sa procesné postupy (vrátane interných smerníc) zabezpečujúce priebežnú internú kontrolu používania finančných prostriedkov a čerpania rozpočtu podľa jednotlivých kapitol. Aplikovaný model projektového riadenia preukazuje schopnosť zabezpečiť aktuálny a podrobný prehľad o čerpaní dotačných a vlastných zdrojov v rámci schváleného rozpočtu a umožňuje identifikovať adresnú zodpovednosť za finančné riadenie a dodržanie zásad hospodárenia organizácie s verejnými zdrojmi. Zabezpečila sa transparentnosť aktivít, zverejňovanie informácií na webovom sídle organizácie aj nad rámec povinností stanovených zákonom. Uvedené procesné opatrenia majú za následok komplexnú informovanosť zamestnancov o aktivitách jednotlivých oddelení, čo prispieva k efektívnej a koordinovanej činnosti organizácie. Zamestnanci absolvovali sériu školení o zákone o verejnom obstarávaní a procesoch s tým súvisiacich. Pre Predstavenstvo BTB sa pripravuje plán marketingových aktivít organizácie, ktorého plnenie podlieha schváleniu týmto orgánom, čím je zabezpečená prehľadnosť a kontrola činnosti organizácie. Predstavenstvo BTB zasadá na pravidelnej báze, zvyčajne dvakrát mesačne. Predmetom zasadnutí je prerokovanie a schvaľovanie všetkých podstatných náležitostí, dokumentov, výstupov o činnosti organizácie, plánov práce jednotlivých oddelení na najbližšie obdobia a pod. Prerokujú sa zásadné výstupy zo zasadnutí jednotlivých komôr BTB, prijímajú sa nariadenia upravujúce chod organizácie (jednotlivé procesné zložky prevádzky BTB a pod.), rozhoduje sa o členstve záujemcov o vstup do organizácie, prijímajú sa opatrenia na zabezpečenie plynulého a transparentného chodu organizácie. Jednotlivé oddelenia BTB (back office i front office) vypracúvajú pre Predstavenstvo BTB na pravidelnej báze plán marketingových aktivít pozostávajúci z čiastkových aktivít oddelení vrátane predpokladaných finančných nákladov na každú aktivitu. Predstavenstvo následne na zasadnutí stanovuje priority realizácie plánu marketingových aktivít. Výkonná zložka organizácie sa stretáva na pravidelných pracovných poradách raz týždenne, kde sa prechádzajú všetky projekty a aktivity za jednotlivé oddelenia, stanovujú sa úlohy na najbližšie obdobie vrátane termínov plnenia a zodpovedných osôb

za plnenie úloh. Z porad sa vypracúvajú zápisy obsahujúce úlohy spolu s personálnou zodpovednosťou a časovým harmonogramom plnenia, čím sa zabezpečuje priebežná adresná kontrola a efektívny chod organizácie.

Na pravidelnej báze BTB informuje o stratégiách a realizácii plánu aktivít aj komisiu CRMS, zástupcovia sa zúčastňujú rokovaní komisie. Vzájomná intenzívna spolupráca predstavenstva BTB a komisie CRMS pomáha k dosahovaniu stanovených cieľov a výsledkov. Cieľom BTB je premietnuť do svojej činnosti i priority komisie CRMS v oblasti rozvoja cestovného ruchu v Bratislave.

V roku 2016 prebehli aj konsolidačné procesy v outsorcingu služieb – ekonomicko-účtovné služby, právne služby, služby verejného obstarávania, technická podpora webu. Taktiež sa rámcovo nastavili zmluvné vzťahy na poskytovanie služieb priamo súvisiacich s aktivitami organizácie zameranými na podporu rozvoja cestovného ruchu v destinácii (grafické práce, kreatívne práce, tlač, preklady textov, kreatíva ako i realizácie kampaní a pod.).

BTB v roku 2016 hospodárila s rozpočtom v celkovej výške 1 766 428,98 EUR. Z toho výška dotácie od MDV SR bola vo výške 714 000,- EUR a prenesené kapitálové zdroje vo výške 18 000,- EUR. Zvyšná časť príjmovej časti rozpočtu pozostáva z členských príspevkov a príjmov z podnikateľskej aktivity BTB. Organizácia efektívne využila 100 % pridelenej dotácie Ministerstva dopravy, výstavby a regionálneho rozvoja SR (714 000,- EUR), pričom zdroje boli využité na oprávnené aktivity na podporu rozvoja CR v zmysle zákona č. 91/2010 Z.z. v znení neskorších predpisov.

K aktivitám BTB podľa § 29 ods. 10 Zákona o podpore cestovného ruchu v roku 2016 patria:

1. marketing a propagácia, najmä účasť na veľtrhoch, výstavách, prezentáciách, tvorba webového sídla, tvorba loga organizácie cestovného ruchu, elektronický marketing, tvorba zľavových produktov, tvorba propagačných a informačných tlačovín okrem knižných publikácií,
2. činnosť turistického informačného centra zriadeného organizáciou cestovného ruchu okrem nákladov na mzdy a prevádzkových nákladov,
3. tvorba a podpora produktov cestovného ruchu,
4. podpora atraktivít danej lokality tak, aby sa stali súčasťou stálej ponuky v cestovnom ruchu,
5. infraštruktúra cestovného ruchu okrem výstavby zariadení určených na ubytovanie,

6. zabezpečenie strategických, koncepčných a analytických materiálov a dokumentov, štatistík a prieskumov,
7. zavedenie hodnotiaceho systému kvality služieb,
8. vzdelávacie aktivity zamerané na skvalitnenie a rozvoj destinácie a cestovného ruchu v nej.

Kapitálové výdavky vo výške 18 000,- EUR z dotácie poskytnutej na rok 2015, a ktoré BTB presunula na čerpanie do roku 2016 využila na vizuálnu prezentáciu určenú verejnosti prostredníctvom moderných technológií - Informačné a orientačné tabule (dotykové panely v TIC a na miestach vstupu do destinácie). Kapitálové prostriedky boli vyúčtované vo výške 18 000,- EUR, čo predstavuje 100 % z celkovej kapitálovej dotácie.

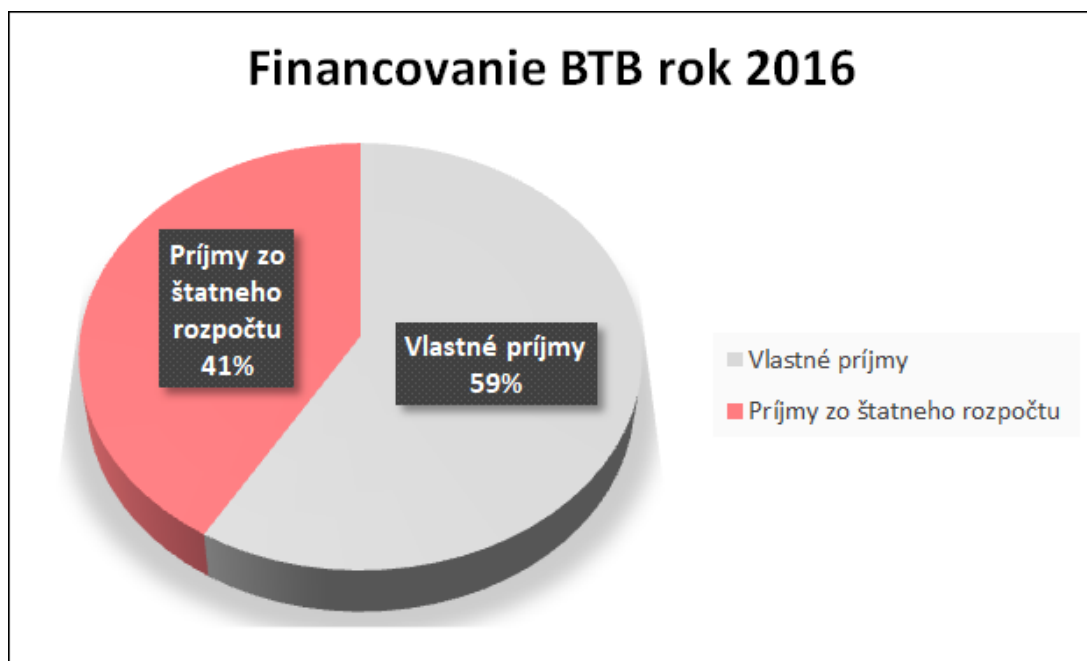
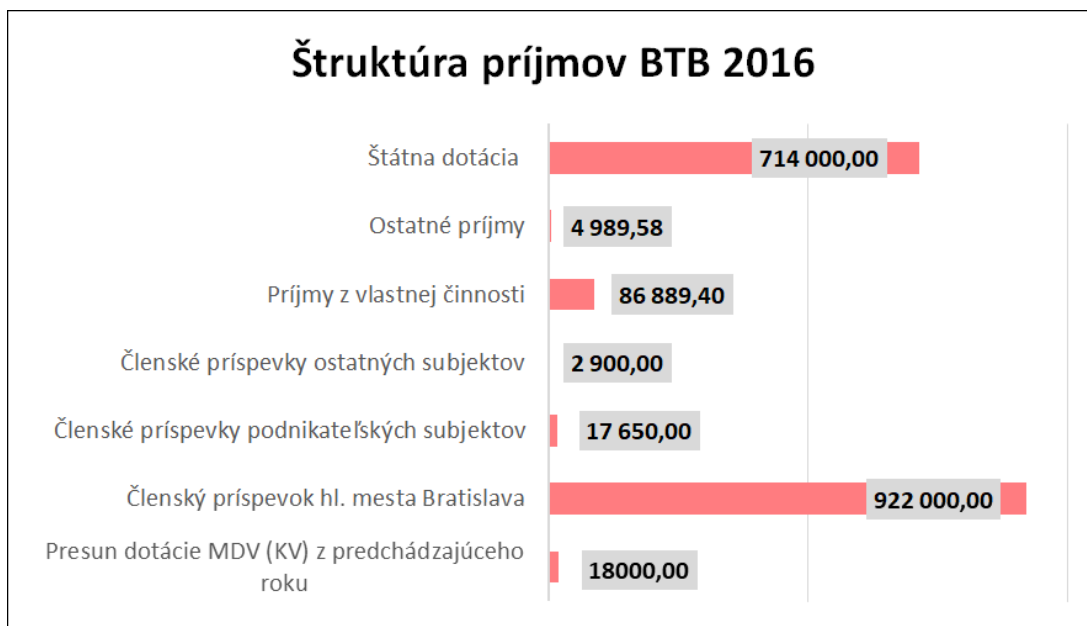
Z pohľadu vlastných prostriedkov bolo na strane príjmov v porovnaní s plánom na rok 2016 reálne vybratých o 19 % viac členských príspevkov od hlavného mesta, čo v číselnom vyjadrení predstavuje sumu 172 000,- EUR. Zdroje boli účelne poskytnuté na vyrovnanie neuhradeného členského za rok 2016 voči krajskej organizácii cestovného ruchu BRT a na aktivity súvisiace so zabezpečením parciálnych súčastí podujatia SK PRES.

V roku 2016 uhrádzala BTB členské do BRT za rok 2015 aj za rok 2016. Neuhradenie záväzku voči BRT za rok 2015 súviselo so situáciou v organizácii vzniknutou v priebehu roku 2015, s ktorou sa nové vedenie muselo vysporiadať ako so zdedeným záväzkom. Členské za rok 2015 bolo vo výške 71 200,- EUR (dohodnutý splátkový kalendár, viac informácií ďalej v texte) a za rok 2016 vo výške 74 512,10 EUR, pričom 72 000,- EUR uhradila BTB z účelového členského príspevku hlavného mesta z decembra 2016 a zvyšných 2 512,10 EUR hradila zo svojich zdrojov. Prostriedky poskytnuté magistrátom mesta Bratislava vo výške 100 000,- EUR boli ďalej účelovo viazané na zabezpečenie parciálnych súčastí súvisiacich so spoluorganizáciou SK PRES zo strany BTB. Išlo najmä o zostavenie, tlač a distribúciu bedekra Bratislava Guide- Sprievodca regiónom, mapy pre potreby SK PRES, ako aj manuál prvého kontaktu určený pre pracovníkov prvého kontaktu a pre potreby SK PRES. Ďalšími aktivitami bolo zaškolenie pracovníkov prvého kontaktu, zabezpečenie prezentátorov regiónu na infopointoch, zabezpečenie čiastkových súčastí slávnostného programu pre oficiálne návštevy SK PRES a pod.

Na strane podnikateľských subjektov bol zaznamenaný mierny nárast členských príspevkov, v percentuálnom vyjadrení 2 % . Príjmy z vlastnej činnosti dosiahli oproti roku 2015 nárast o 17 %. Príjmy z podnikateľskej činnosti v roku 2016 dosiahli výšku 86 889,40 EUR, v prevažnej miere ide hlavne o poskytovanie sprievodcovských služieb

v rámci hlavného mesta a predaj BCC kariet. K nárastu príjmov z vlastnej činnosti prispel určite aj kvalitatívny rozvoj a neustále zvyšovanie štandardov v produktoch a službách, ktoré BTB poskytuje na komerčnej báze prostredníctvom TIC. Ide o sprostredkovanie sprievodcovských služieb, kde BTB dbá na kvalitu a odbornosť sprievodcov CR, ako aj na ich proaktívny a empatický prístup k sprevádzaným turistom. Najvýznamnejším produktom v komerčnom portfóliu produktov BTB je zľavová mestská karta Bratislava City Card. Karta prešla v roku 2016 významnými inováciami a rozšírením poskytovaných zliav, výhod a benefitov pre jej držiteľov. To bolo možné vďaka efektívnemu sieťovaniu a zazmluvneniu partnerských subjektov a spolupráci s partnermi. Na náraste predaja sa významným spôsobom podpísala aj možnosť zakúpenia karty online, prostredníctvom web stránky organizácie. Oproti roku 2015 ide o nárast predaja o 31 %.

Štruktúra vlastných prostriedkov



Vzhľadom na údaje uvedené v grafe „Štruktúra vlastných prostriedkov“ uvádzame detailný rozpis čerpania zdrojov z členského príspevku hlavného mesta Bratislava:

Členský príspevok hl. mesta SR do BTB - 922 000,- (sumy v EUR)	čerpanie BTB
Prevádzka Back office (Šafárikovo námestie)	435096,59
Nájom kancelárskych priestorov (Šafárikovo námestie)	23123,94
Internet	4161,60
Outsourcing služieb (VO, účtovné a právne služby)	36661,33
Mobilné služby (20 mobilných čísel)	7262,62
Monitor médií	3276,00
Mzdové náklady, zákl. soci poistenie a zdravotné poistenie, ostatné soc. náklady	309958,92
ZPC a SC, poistné ZPC a SC (Back office a TIC)	12352,86
Gastrolístky	9635,42
Technika, IT (notebook, tlačiarne, server ai.)	4525,02
Kancelárske potreby, nábytok	1395,66
Upratovanie (Šafárikovo námestie)	1792,00
Poistenie auto	490,21
Údržba domén, support	1124,30
Správa kancelárie Šafárikovo namestie, VZ, poštovné, hygien., repre	5014,84
Odpad	172,30
Tonery	1284,60
PHM	1059,27
Vedenie bank. účtu	133,30
Prenos prostriedkov na krytie 2017 (nájomné, mzdy, outsourcing, prevádzka TIC a Back office)	11672,40
Členský príspevok BRT	145712,10
Členské BRT 2015 (v 3 splátkach 5.3.2016 , 10.4.2016 , 10.6.2016)	71200,00
Členské BRT 2016	74512,10
SK PRES	100000,00
Aktualizácia, vyhotovenie a dodanie brožúry Visitor's Guide 10 000 ks	69930,00
Tlač turistickej mapy skladacej 30 000 ks	2310,00
Tlač turistickej mapy trhacej 315 000 ks	8602,80
Kubiš - rozvoz edičných materiálov	1330,00
Tlač - Turistická mapa skladacia 100 000 ks	17827,20
TIC (Klobučnícka, letisko, sezónne TIC) - kofinancovanie projektu MDV SR	241191,31
Mzdové náklady, zákl. sociálne poistenie a zdravotné poistenie, ostatné soc. náklady	184228,43
Mobilné služby	2047,76
TIC letisko -nájom, energie	692,36
Sprievodcovské služby	27159,12
Provízie BCC	8875,62
BOZP	960,00
Upratovanie	2908,00
Odpad	263,88
Nájomné	719,52
Podlaha, repre, pošta, servis, revízia	3421,11
Kofinancovanie projektu na podporu CR (podpora produktu CR, infraštruktúra CR, štatistiky a prieskum, vzdelávacie aktivity)	9915,51

Výdavky boli v prevažnej miere hradené z poskytnutej dotácie na aktivity zamerané na podporu rozvoja cestovného ruchu v zmysle oprávnených aktivít definovaných v zákone o podpore cestovného ruchu č. 91/2010 Z.z. v znení neskorších predpisov. Zvyšná časť výdavkov na projekty organizácie bola financovaná z vlastných zdrojov, ktoré pokryli tak povinné kofinancovanie projektu na rozvoj cestovného ruchu v destinácii, najmä však prevádzkové a režijné náklady organizácie.

Významné položky nákladovej časti rozpočtu organizácie boli v roku 2016 najmä náklady na marketingové a PR služby, outsourcing služieb, mzdy, prevádzkové náklady organizácie, infocesty a ďalšie. Celkové mzdové náklady BTB (back office plus front office) za rok 2016 predstavovali sumu 394 156,72 EUR pri stave 17 zamestnancov na TPP a 4 zamestnanci mimo TPP, 18 dohodárov a 17 brigádnikov za rok 2016. Priemerná hrubá mzda zamestnanca BTB k 31.12.2016 bola vo výške 1248,57 EUR.

Doplňkové dôchodkové poistenie bolo vo výške 673,09 EUR, sociálny fond (0,6 %) bol vo výške 2047,84 EUR a náklady na pracovný fond dohodárov a brigádnikov boli vo výške 35 219,17 EUR. Bližšie členenie je uvedené v nasledujúcej tabuľke.

	TIC (Klobučnícka, letisko)			Back Office (EPR, MICE, PR, MARK)			Dohodári	Dohodári TIC
cena práce	cena práce	DDP	soc. f. 0,6%	cena práce	DPP	soc. f. 0,6%	cena práce	cena práce
Január	11 413,14 €	47,63 €	50,86 €	26 023,74 €	47,19 €	121,86 €	2 107,73 €	706,26 €
Február	14 402,50 €	49,12 €	64,14 €	17 489,23 €	0,00 €	73,96 €	1 682,53 €	376,87 €
Marec	13 571,89 €	57,00 €	55,25 €	22 707,20 €	0,00 €	95,15 €	1 475,51 €	291,69 €
Apríl	12 367,74 €	47,63 €	55,11 €	20 047,42 €	0,00 €	88,97 €	1 361,80 €	351,11 €
Máj	12 828,80 €	47,63 €	57,08 €	20 104,21 €	0,00 €	89,22 €	1 487,83 €	421,27 €
Jún	22 154,21 €	87,27 €	98,57 €	35 901,04 €	0,00 €	160,46 €	3 049,38 €	1 743,23 €
Júl	14 037,32 €	41,14 €	62,46 €	20 733,16 €	0,00 €	92,01 €	1 491,09 €	3 754,66 €
August	13 831,94 €	55,56 €	61,54 €	21 732,91 €	0,00 €	96,45 €	1 869,36 €	3 254,27 €
september	13 613,09 €	48,85 €	60,59 €	20 512,46 €	0,00 €	91,03 €	1 081,20 €	2 863,21 €
Október	12 203,05 €	48,00 €	54,47 €	20 297,74 €	0,00 €	90,08 €	1 712,98 €	731,52 €
november	16 859,57 €	48,00 €	79,06 €	36 085,87 €	0,00 €	160,47 €	932,87 €	925,79 €
december	11 656,66 €	48,07 €	79,06 €	24 785,78 €	0,00 €	109,99 €	892,32 €	654,69 €

Na nákup spotrebného materiálu a energií vynaložila BTB v roku 2016 celkovo 196 775,60 EUR. Suma vynaložených výdavkov na hlavnú nezdaňovanú činnosť predstavovala z celkovej výšky 194 657,61 EUR a na zdaňovanú činnosť 2 177,99 EUR. Nezdaňovaná činnosť – súvisiaca s hlavnými aktivitami BTB zameranými na podporu rozvoja CR v Bratislave - pozostávala najmä z edičnej a video tvorby (tvorba a tlač nových edičných

titulov, aktualizácia existujúcich titulov, dotlač materiálov, máp, letákov, brožúr, bulletinov a pod.), tvorba tematických prezentačných videospotov určených na propagačné účely. Merkantil je významným nástrojom podpory prezentácie destinácie. Ide o tematicky zamerané drobné predmety s logom destinácie využívané na veľtrhoch, výstavách, prezentáciách, infocestách, pre oficiálne návštevy, návštevníkov, do súťaží a pod. Súčasťou sú aj náklady na výpočtovú techniku a elektroniku, PR aktivity, čiastkové náklady spojené s veľtrhmi a výstavami a pod. Finančné prostriedky boli vynaložené najmä na inováciu kancelárskych zariadení, tonerov, kancelárskych potrieb, hygienických a čistiacich potrieb a iné.

Členenie nákladových položiek (spotreba materiálu a spotreba energie) je rozpísané v tabuľke:

Položka	Suma v EUR
Edičná a video tvorba	41 777,65
Prezentácia výstavy a veľtrhy	2 104,80
PR informačný a komunikačný nástroj	4 283,95
Merkantil	51 959,49
Nákup spotrebnej elektroniky	7 224,72
Kancelárske potreby, drobné nákupy	3 191,45
Ostatné náklady (licencie, prevádzka, nábytok, IT podpora, PHM a i.)	86 233,54
SPOLU	196 775,60

Celková výška vynaložených prostriedkov na služby bola 674 545,03 EUR. Z toho suma výdavkov na podnikateľskú činnosť je vo výške 41 193,03 EUR. Výdavky na služby v rámci hlavnej nezdaňovanej činnosti v celkovej výške 633 352,- EUR. Najväčšia časť týchto výdavkov bola vynaložená na služby v rámci marketingových aktivít v zmysle schváleného plánu práce. Ide o služby súvisiace so zabezpečením aktivít na podporu rozvoja cestovného ruchu v destinácii: preklady, grafické práce, kreatívne práce, účastnícke poplatky na veľtrhoch, výstavách, prezentáciách, poradenské služby, sprievodcovské služby, zabezpečenie infociest (preprava, ubytovanie, stravovanie, program a pod.), umelecké výkony a vystúpenia (ako partnerské plnenie na projektoch, v ktorých je BTB partner/spoluorganizátor), mediálne kampane, reklamný priestor, monitoring médií, online marketingové aktivity (kampane na sociálnych sieťach a pod.), prenájom priestorov, inzercia.

Niektoré členenia ostatných nákladových položiek sú rozpísané v tabuľke nižšie:

Položka	Suma v EUR
Telefón, mobil, internet	12 049,98
Poštovné	919,45
Nájomné	26 166,40
Web, domény, IT služby	2 170,34
Služby VO	12 387,40
Právne služby	14 735,50
Účtovné služby	9 758,93
Rozpustenie NBO	24 209,29
SPOLU	97 397,29

V rámci marketingových aktivít a činnosti BTB boli v priebehu roka 2016 uskutočnené viaceré pracovné cesty súvisiace s účasťou na veľtrhoch, konferenciách, workshopoch, seminároch (viac v kapitole 2.1. Marketing a propagácia).

Za rok 2016 sa na tuzemské a zahraničné pracovné cesty vynaložilo 30 185,69 EUR. Prostriedky boli použité na letenky, ubytovanie, stravné a iné náklady v zmysle schváleného plánu práce BTB. Výdavky súvisia so zabezpečením personálnej súčasti prezentácie destinácie na medzinárodných fórach CR – veľtrhy, výstavy, konferencie, semináre, workshopy a pod. So zabezpečením veľtrhov a výstav sú spojené náklady na expozíciu, veľtržnú plochu, vystavovateľské poplatky, výstavnícke služby (súčasť nákladov na služby), ako aj personálne náklady na zamestnancov zúčastňujúcich sa na veľtrhoch (ubytovanie, cestovné náklady, poistenie, diéty, sprievodné náklady) a pod. S členstvom BTB v národných a medzinárodných inštitúciách s pôsobnosťou v CR sú spojené náklady na účasť na stretnutiach, konferenciách, seminároch a školeniach organizovaných týmito inštitúciami (účastnícke poplatky, sprievodné náklady - ubytovanie, cestovné, diéty a pod.).

Ďalšou významnou zložkou nákladovej časti rozpočtu sú výdavky na reprezentáciu, ktoré za rok 2016 predstavovali sumu 3 650,83 EUR, čo oproti roku 2015 predstavuje úsporu 36 720,51 EUR, v percentuálnom vyjadrení predstavuje pokles o 90 %. Výdavky na reprezentáciu zahŕňajú náklady na pracovné stretnutia, zasadnutia predstavenstva, občerstvenie, káva, doprava atď. Je to jedna z položiek, ktorá prezentuje efektívne a hospodárne vynakladanie s finančnými prostriedkami, ako aj konsolidáciu výdavkov po štrukturálnych zmenách v organizácii v roku 2015.

BTB v rámci svojej prevádzky TIC zabezpečuje široké portfólio služieb zameraných na domácich a zahraničných návštevníkov, ako aj na domáce obyvateľstvo. Ide najmä

o poskytovanie informácií o Bratislave, zabezpečenie informačno-propagačných materiálov o atraktivitách destinácie, možnostiach trávenia voľného času, otváracích hodinách, kalendári podujatí a pod. TIC taktiež zabezpečuje prehliadky mesta so sprievodcami, predáva BCC kartu, suveníry a vstupenky na vybrané podujatia. Celková výška výnosov realizovaných v roku 2016 predstavuje sumu 87 026,30 EUR (viac v kapitole 2.2. Činnosť TIC).

Prehľad výnosov je uvedený v nasledovnej tabuľke:

Položka	Suma EUR
Predaj BCC kariet	46 267,86
Tržby za sprevádzanie turistov	15 919,86
Tržby z nájomného	3 960,00
Tržby z reklamy	2 252,34
Bratislava MICE Day	12 480,00
Ostatné tržby	6 009,34
Prijaté penále	100,00
Bankové úroky	36,90
SPOLU	87 026,30

Hospodársky výsledok podnikateľskej činnosti BTB bol pred zdanením 181 404,76 EUR, výsledok po zdanení predstavuje sumu 181 397,77 EUR. V nepodnikateľskej činnosti, ktorá je hlavnou nezdaňovanou činnosťou BTB, organizácia dosiahla hospodársky výsledok pred zdanením 182 377,88 EUR, po zdanení predstavuje tento hospodársky výsledok sumu 182 370,89 EUR. Hospodársky výsledok je odrazom úsporného hospodárenia s financiami organizácie a účelného vynakladaniu finančných prostriedkov na aktivity smerujúce k celkovému zlepšeniu fungovania BTB. Oproti predchádzajúcemu roku sa hospodárenie organizácie zlepšilo o 228 651,93 EUR.

K 31.12.2016 BTB bilancovala s neuhradenými záväzkami z obchodných vzťahov vo výške 22 824,57 EUR vrátane záväzkov z rokov 2014 a 2015 vo výške viac ako 5 000,- EUR. BTB vynakladá úsilie o vysporiadanie záväzkov starších období s cieľom ich úplne vysporiadať v roku 2017. Záväzky z roku 2016 boli uhradené v priebehu januára 2017.

Celkový prehľad záväzkov je uvedený v nasledujúcej tabuľke:

(Sumy v EUR)	Bežné obdobie	Predchádzajúce obdobie	Percentuálny rozdiel
Dlhodobé záväzky			
Záväzky zo sociálneho fondu	1 293,34	258,94	400%
Krátkodobé záväzky			
Rezerva na nevyčerpané dovolenky	8 727,87	10 245,58	-15%
Záväzky z obchodného styku	22 824,57	33 890,04	-33%
Záväzky BRT	0,00	71 200,00	-100%
UCET 326 Rezerva - právne služby 12/2016	1 802,00	0,00	100%
Rezerva - účtovné služby 12/2016	969,16	557,86	73%
Rezerva - nájom rekl. priestoru 12/2016	422,40	0,00	100%
Rezerva - provízia BCC karty 12/2016	548,87	185,75	195%
Rezerva - ostatné	287,11	55,16	420%
Záväzky voči zamestnancom	21 588,20	22 047,58	-2%
Záväzky štátna správa (SP, ZP, DU)	27 941,46	26 863,52	4%

Samostatnú zložku neuhradených záväzkov k 31.12.2015 tvorilo neuhradené členské za rok 2015 voči BRT v celkovej výške 71 200,- EUR. V zmysle dohody s krajskou organizáciou bol dlh členského uhradený v splátkach v priebehu roka 2016. Členské za rok 2016 voči krajskej organizácii BTB splatila z prostriedkov prijatých z Magistrátu mesta Bratislavy viazaných na daný účel.

Po schválení splátkového kalendára bol členský príspevok do BRT vyplatený v troch splátkach nasledovne :

1. 5.3.2016 20 000 EUR
2. 10.4.2016 20 000 EUR
3. 10.6.2016 31 200 EUR

Pohľadávky z obchodného styku organizácie k 31.12.2016 sú vo výške 16 155,63 EUR. Tvoria ich neuhradené faktúry za poskytnuté služby. BTB bilancuje k 31.12.2016 aj s pohľadávkami z predchádzajúcich období rokov v celkovej výške 1 112,- EUR. Pohľadávky z roku 2016 boli uhradené začiatkom roku 2017.

Celkový prehľad pohľadávok je uvedený v nasledujúcej tabuľke:

(Sumy v EUR)	Bežné obdobie	Predchádzajúce obdobie	Percentuálny rozdiel
Krátkodobé záväzky			
Odberatelia tuzemskí	15 659,13	2 105,57	643%
Odberatelia zahraniční	496,50	1 312,50	-62%
Poskytnuté preddavky Toleranca	2 349,00	0,00	100%
Poskytnuté preddavky ostatné	1 438,52	11 694,44	-87%
Pohľadávky voči zamestnancom	1 053,20	1 636,18	-35%
Ostatné pohľadávky	1 725,87	2 020,43	-14%

BTB bilancovala k 31.12.2016 s dlhodobým hmotným majetkom po odpisoch vo výške 72 872,96 EUR a dlhodobým nehmotným majetkom po odpisoch vo výške 7700,- EUR.

V evidencii hnuťelných vecí BTB hospodári s nasledovným majetkom:

Porad. Číslo	Názov	Zaradenie	Odpisová skupina	Nadobúdacia hodnota	Ročný odpis
1	Informačný stánok - letisko	12/2013	2	22 497,60	3 756,00
2	Pódiový set PRO STAGE	07/2014	2	5 743,80	960,00
3	Sčítač cykl. EcoCounter	09/2014	2	4 799,00	804,00
4	Sčítač cykl. EcoCounter	09/2014	2	4 799,00	804,00
5	Svetelná info tabuľa 2ks	06/2016	2	3 498,00	343,00
6	Exteriérový stan 3x3m s potlačou	08/2016	1	1 831,20	195,00
7	Samsung monitor LH75DMEPLGC/EN	09/2016	1	6 228,00	520,00
8	Samsung monitor LH75DMERTBC/EN	09/2016	1	7 716,00	644,00
9	Samsung monitor LH75DMERTBC/EN	09/2016	1	7 716,00	644,00
10	Interiérový dotykový informačný pult	09/2016	2	2 856,00	160,00
11	Foto-video point	12/2016	1	16 609,36	347,00
12	Volkswagen BL401IM	12/2015	1	12 584,00	3 156,00
	SPOLU			96 877,96	12 333,00

Členská základňa v roku 2016:

V priebehu roku 2016 zaniklo členstvo v BTB (požiadanie o vystúpenie z BTB, zánik členstva z dôvodu nezaplatenia členského poplatku, zmena právnej formy) desiatim subjektom. Išlo o zástupcov komory č. 2. Na základe žiadosti o členstvo v BTB boli v roku 2016 prijatí 3 členovia, z toho v jednom prípade išlo o zmenu právnej formy člena z komory

č. 2. K 31.12.2016 bol stav členskej základne nasledovný: obec: 1 člen – hl. mesto Bratislava, podnikateľské subjekty: 62 členov, ostatní: 19 členov.

Personálne zabezpečenie organizácie bolo k 31.12.2016 v nasledujúcej štruktúre:

V súlade s ambíciou stabilizovať a maximálne sfunkčniť chod organizácie po dramatickom vývoji v roku 2015, sa personálne zabezpečenie organizácie rozšírilo v úväzkoch na oddelení MICE o 1 úväzok a na personálno-ekonomickom oddelení o 1 úväzok.

Stav zamestnanosti v BTB k 31.12.2016 bol v nasledovnej štruktúre: Na trvalý pracovný pomer boli v BTB back office zamestnaní 9 zamestnanci a v TIC BTB 8 zamestnanci. Mimo trvalého pracovného pomeru boli v BTB zamestnaní 4 zamestnanci. V priebehu roku 2016 využila BTB dohodu o výkone pracovnej činnosti u 11 osôb, dohodu o vykonaní práce u 7 osôb a dohodu o brigádnickej práci študenta u 17 osôb. Išlo najmä o zabezpečenie informátorov a prezentátorov regiónu na veľtrhoch, výstavách, prezentáciách destinácie doma i v zahraničí, ako aj informátorov v sezónnych TIC zriadených v destinácii a na strategických miestach (letisko Viedeň a pod.), sprievodcov CR na príležitostných akciách a podujatiach, ktorých sa BTB zúčastňovala v roku 2016 a pod.

Na základe predloženej správy konštatujeme, že BTB v roku 2016 efektívne vykonávala aktivity na podporu rozvoja cestovného ruchu v destinácii Bratislava. Zároveň hospodárila s finančnými prostriedkami v súlade s princípmi hospodárnosti, účelnosti, transparentnosti a efektívnosti. Organizácia zverejňovala na svojej web stránke všetky relevantné dokumenty súvisiace s jej aktivitami. Plnila plán aktivít schválený Valným zhromaždením organizácie vrátane schváleného rozpočtu na plánované aktivity.

10. ORGÁNY BTB A VÝKONNÁ ZLOŽKA



Predstavenstvo:

Ing. Alžbeta Melicharová, predsedníčka predstavenstva

Mgr. Peter Petrovič, podpredseda predstavenstva/zástupca komory č.3

Mgr. Ján Boucik, člen predstavenstva

Ing. Michal Nad', člen predstavenstva/ zástupca komory č.1

prof. JUDr. Ľudmila Novacká, PhD., členka predstavenstva/ zástupca komory č.4

Mgr. Alexander Smik, člen predstavenstva

Ing. Soňa Svoreňová, členka predstavenstva

Mag. Martin Volek, MBA, člen predstavenstva/ zástupca komory č.2

Dozorná rada:

Mgr. Marek Farkaš, predseda dozornej rady

Ing. Slavomír Drozd, podpredseda dozornej rady

JUDr. Peter Jakušík, člen dozornej rady

MUDr. Iveta Plšeková, člen dozornej rady

Výkonný riaditeľ:

Ing. Mgr. Tomáš Koniar, PhD.

Organizačná štruktúra výkonnej zložky:Trvalý pracovný pomer:

Výkonný riaditeľ – 1 úväzok

Oddelenie marketingu a podujatí – 2 úväzky

Oddelenie PR a komunikácie – 3 úväzky

Oddelenie MICE – 2 úväzky

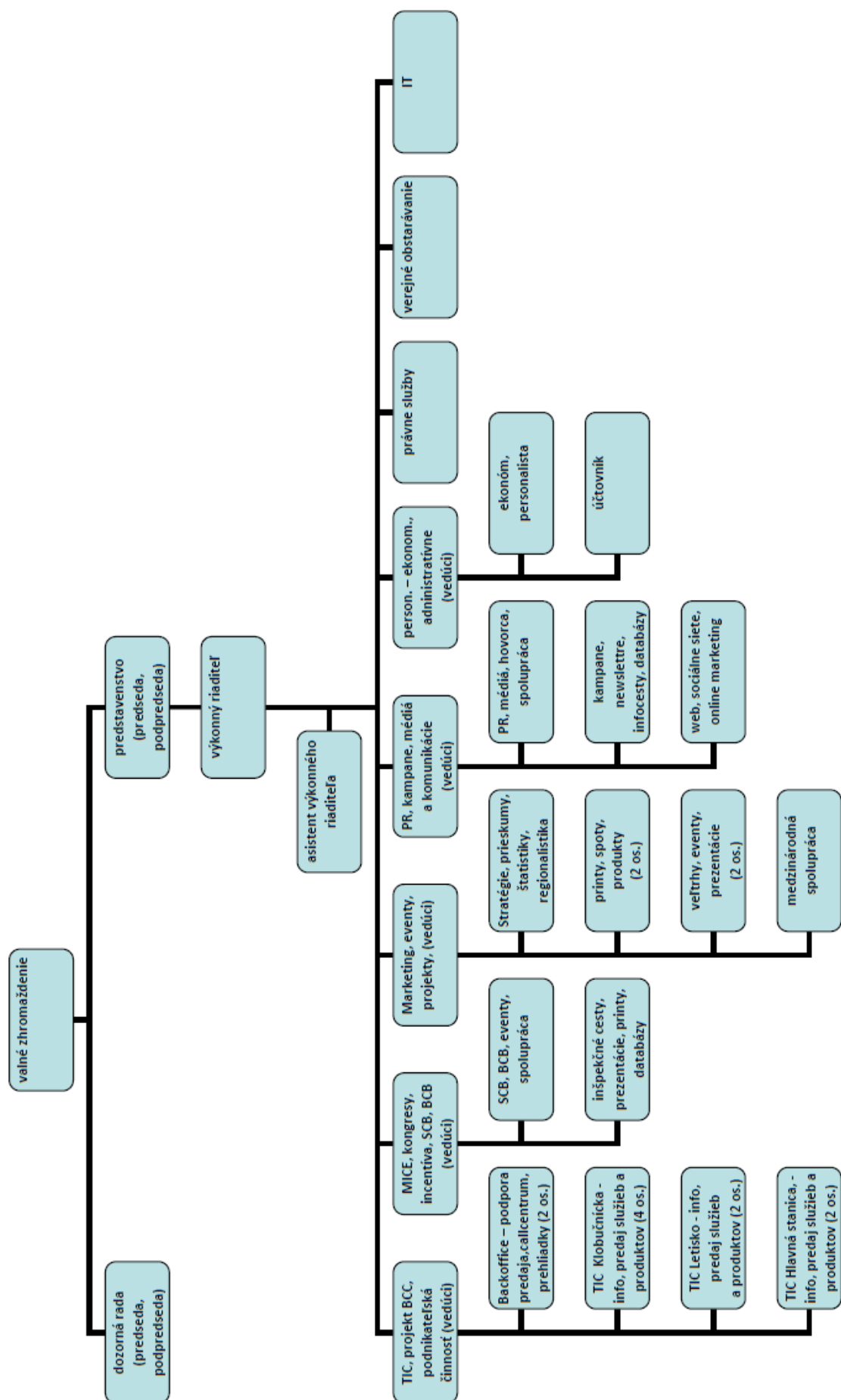
Oddelenie ekonomické – 1 úväzok

TIC – 8 úväzkov

Mimo trvalého pracovného pomeru:

Oddelenie marketingu a podujatí – 3 úväzky

Oddelenie ekonomické – 1 úväzok



A large, historic church with a tall, ornate spire covered in green patina and gold accents. The church has a red-tiled roof and a light-colored stone facade. In the foreground, a red vintage-style tour car is parked on a paved street, with several people visible inside. The sky is blue with scattered white clouds.

Bratislavská organizácia cestovného ruchu Bratislava Tourist Board

je právnickou osobou založenou podľa § 13 a nasl.
zákona č. 91/2010 Z. z. o podpore cestovného ruchu
v znení neskorších predpisov na podporu a vytváranie
podmienok na rozvoj cestovného ruchu registrovaná na
Ministerstve dopravy a výstavby SR

Č. registrácie: 28351/2011/SCR

Sídlo: Primaciálne nám. 1, 814 99 Bratislava
IČO: 42259088
DIČ: 2023399455

Kontakt: btb@visitbratislava.com
www.visitbratislava.com

Výpis
zo zápisnice č. 5
zo zasadnutia Komisie pre cestovný ruch a medzinárodnú spoluprácu MsZ
zo dňa 8. 6. 2017

K bodu 2

Správa o činnosti Bratislavskej organizácie cestovného ruchu za rok 2016

Komisia pre cestovný ruch a medzinárodnú spoluprácu MsZ po prerokovaní materiálu odporúča Mestskému zastupiteľstvu hlavného mesta Slovenskej republiky Bratislavy zobrať na vedomie Správu o činnosti Bratislavskej organizácie cestovného ruchu za rok 2016.

Hlasovanie: **prítomných: 8, za: 8, zdržal sa: 0, proti: 0**

Za správnosť opisu: Ing. Zuzana Abelovská, v. r.
tajomníčka komisie

Ing. Soňa Svoreňová, v. r.
predsedníčka komisie

V Bratislave, 9. 6. 2017