MAGISTRÁT HLAVNÉHO MESTA SLOVENSKEJ REPUBLIKY BRATISLAVY

Materiál na rokovanie
Mestského zastupiteľstva
hlavného mesta SR Bratislavy
Dňa 1.7.2010

INFORMÁCIA
o vývoji aktívneho cestovného ruchu v Bratislave v roku 2010 a plán komunikačných aktivít na podporu príjazdovej turistiky pre rok 2010

Predkladateľ:

Ing. Andrej Ďurkovský
primátor hl. mesta SR Bratislavy

Materiál obsahuje:

Informáciu o vývoji aktívneho cestovného ruchu v Bratislave v roku 2010 a plán komunikačných aktivít na podporu príjazdovej turistiky pre rok 2010

Zodpovedný:

PhDr. Stanislav Šotník
riaditeľ kancelárie primátora

Spracovateľ:

PhDr. Milan Vajda
vedúci odd. marketingu a cestovného ruchu

JÚL 2010

I n f o r m á c i a
o vývoji aktívneho cestovného ruchu v Bratislave v roku 2010
a plán komunikačných aktivít na podporu príjazdovej turistiky pre rok 2010

Vývoj návštevnosti v Bratislave zaznamenal po dramatickom roku 2009 opätovný nárast. Celkový pokles návštevnosti v roku 2009 najvýraznejšie ovplyvnila svetová ekonomická a hospodárska situácia a v Bratislave osobitne septembrový krach nízkonákladovej leteckej spoločnosti Sky Europe Airlines.

Štatistika

Celkovo sa v komerčných ubytovacích zariadeniach v roku 2009 ubytovalo 702 207 návštevníkov, ktorí tu uskutočnili 1 342 105 prenocovaní. V porovnaní s rekordným rokom 2008 predstavujú tieto čísla celkový pokles počtu domácich a zahraničných návštevníkov o 7,9%. V Európe bol zaznamenaný celkový pokles o 6%, zatiaľ čo na Slovensku až o 26%. Z 1,3 mil. zahraničných návštevníkov, ktorí prišli vlani na Slovensko, vyše 400 tisíc navštívilo práve Bratislavu, čo predstavuje 31% všetkých zahraničných hostí. Už tradične sa hlavná turistická sezóna koncentruje do mesiacov máj – október a priemerný počet prenocovaní predstavuje 1,9 dňa. O tom, ako dôležité je pre Bratislavu z hľadiska aktívneho cestovného ruchu letecké spojenie, svedčia nárasty prenocovaní návštevníkov z krajín, s ktorými má Bratislava priame letecké spojenie (Belgicko + 9.8%, Španielsko +29,9%, Rusko +7,9% a Izrael +13,5%).

Trend pozitívneho vývoja pokračoval aj v 1. štvrťroku 2010. Počet prenocovaní zahraničných návštevníkov v 1. štvrťroku stúpol o 17,8% a počet príchodov o 8%. Najviac sa na tejto bilancii podieľal mesiac marec, ktorý bol dokonca najsilnejším mesiacom v histórii za posledných 7 rokov, s rekordným počtom prenocovaní 98 201 návštevníkov. Najväčší nárast prenocovaní je medzi španielskymi turistami (+119,2%), nemeckými (+93,7%) a írskymi (+69,4%). Určitý percentuálny nárast predstavujú aj návštevníci ázijského trhu z Číny a Indie. Je reálny predpoklad, že trend postupného rastu návštevnosti na úroveň rekordného roku 2008 a vyššiu bude pokračovať aj v mesiacoch máj – jún – júl – august – september, ktoré predstavujú v Bratislave už dlhodobo hlavnú turistickú sezónu.

Ubytovacie zariadenia

V súčasnosti je v Bratislave evidovaných vyše 100 komerčných ubytovacích zariadení s celkovým počtom takmer 12 tisíc lôžok. V priebehu letných mesiacov sa tento počet pravidelne zvyšuje o niekoľko sto lôžok, keďže do ponuky pribudnú študentské domovy Družba, Mlynská dolina, Bernolák a Svoradov.

Najväčší podiel na celkovom počte ubytovacích zariadení (45) mali ubytovacie zariadenia hotelového typu. Najviac návštevníkov využilo služby 3-hviezdičkových hotelov. Zahraniční návštevníci Bratislavy uprednostňujú pri svojej návšteve ubytovacie zariadenia vyššieho štandardu.

V sezóne 2010 pribudnú v Bratislave prvé dva 5* hotely (Sheraton Eurovea otvoril oficiálne 24. februára, Kempinski RiverPark pravdepodobne v júni). Francúzska sieť Mercure plánuje otvorenie hotela Mercure Bratislava Centrum na Žabotovej ulici.

Letisko

V roku 2009 poskytovalo pravidelné spojenia z/do Bratislavy celkom 7 leteckých dopravcov, o jedného dopravcu viac ako v roku 2008, pričom v ponuke z bratislavského letiska figurovalo počas roka 38 pravidelných destinácií. Najvýznamnejším osobným dopravcom na bratislavskom letisku sa stal Ryanair, ktorý prepravil takmer 800 tisíc cestujúcich. Na prvej priečke tak vystriedal SkyEurope Airlines. Najobľúbenejšou pravidelnou destináciou bol Londýn (300 tisíc cestujúcich) pred talianskym cieľom Miláno–Bergamo (103 672 cestujúcich).

Dňa 9. júna 2010 bola slávnostne otvorená vybavovacia budova nového terminálu Letiska M. R. Štefánika pre cestujúcich s vyšším komfortom vybavenia. Zároveň v polovici mája začala z Bratislavy pravidelne lietať poľská letecká spoločnosť LOT Polish Airlines, ktorá prevádzkuje 6 krát v týždni spojenie do Varšavy s možnosťou prestupu na zaoceánske lety do USA, Kanady a tiež do Škandinávie. Ponuka nízkonákladovej spoločnosti Ryanair sa postupne obohatí o destinácie Londýn-Luton, Malaga, Palma de Mallorca, Alghero, Bari a Trapani.

BKIS

BKIS bude aj v tomto roku aktívne spolupracovať s ostatnými pracovníkmi prvého kontaktu formou interaktívnych stretnutí a organizovaním prehliadok pre pracovníkov mestskej a štátnej polície, hotelov a ďalších pracovísk v prvom kontakte. V rámci spolupráce s ďalšími mestami a obcami na Slovensku bude BKIS počas celého leta hostiteľom zástupcov miest a regiónov Slovenska ako vstupná brána do Slovenska pre návštevníkov mesta, ale aj jeho obyvateľov. V rámci ponuky produktov prichádza BKIS s atraktívnou novou ponukou cielene zameranou na letné pondelky, ktoré sú už tradične jedným z najvyťaženejších dní v týždni, čo sa týka počtu návštevníkov, pričom stála turistická ponuka je v tieto dni ochudobnená o múzeá a galérie.

Marketing a komunikácia

Na podporu príjazdovej turistiky je v rozpočte hlavného mesta v programe č. 6: Marketing a cestovný ruch vyčlenených v tomto roku 440 tisíc eur. Mesto vydáva 2x ročne oficiálny City & Region Guide v celkovom náklade 130 tisíc kusov, v spolupráci s OBB (Rakúske spolkové dráhy) brožúrku Jeden deň v Bratislave a tiež viacjazyčné mapy. Všetky tieto tituly sú k dispozícii bezplatne. V priebehu roku 2010 sa mesto v rámci národnej expozície SACR zúčastňuje na vybraných veľtrhoch cestovného ruchu v Brne, Viedni, Bruseli, Mníchove, Budapešti, Berlíne, Londýne, či Barcelone. Mesto v priebehu roku 2010 realizuje tiež viacero kampaní. V spolupráci s Ryanairom prebehne v dvoch vlnách (jún – november) kampaň v printových médiách a na internete na podporu liniek do Veľkej Británie, Talianska, Španielska a Švédska. Advertoriálne kampane zamerané na českú klientelu sú plánované v českých odborných médiách. Zároveň prebehne letná rozhlasová kampaň v šiestich najpočúvanejších českých rádiách zameraná na klientelu z mestských aglomerácií. Na pražskom letisku Ruzyně prebieha 6-mesačná outdoorová kampaň. Cieľovou skupinou sú Schengen a non-Schengen pasažieri, TOP manažment, ako aj široká verejnosť. Pražským medzinárodným letiskom prejde denne vyše 50 tisíc ľudí. Podobnú kampaň pripravuje Bratislava v blízkej budúcnosti aj na plochách medzinárodného letiska Viedeň – Schwechat. Mesto sa tiež podieľa na organizácii informačných ciest novinárov a fam tripov pre touroperátorov.

Dôležitou súčasťou marketingovej komunikácie na podporu Bratislavy ako turistickej destinácie tvoria v tomto roku online marketingové aktivity. Mesto má od januára celkom

nový turistický portál visitbratislava.eu so slovenskou, anglickou a nemeckou jazykovou verziou, dokončuje sa španielska verzia. Začiatkom roku mesto tiež uviedlo nový kalendár akcií v slovenčine, angličtine a nemčine. Bratislava začala tiež komunikovať na sociálnych médiách, existuje oficiálna stránka Visit Bratislava na facebooku, onedlho pribudne ďalšia na twitteri. Mesto a taktiež všetci partneri, ktorí podnikajú v turizme, tu môžu uverejňovať svoje príspevky, aktuálne ponuky, online súťaže, fotografie či prezentačné filmy.

Inštitucionálna oblasť

V najbližších mesiacoch čaká Bratislavu i ďalšie slovenské mestá a turistické ciele viacero kľúčových inštitucionálnych zmien. Začiatkom marca tohto roku schválila Národná rada Slovenskej republiky nový zákon č. 91/2010 o podpore cestovného ruchu. Na Slovensku tak konečne začne s účinnosťou od 1. januára 2011 fungovať legislatívny rámec, ktorý rieši organizačnú štruktúru turizmu a systém jeho financovania na úrovni obcí, miest a krajov. V podmienkach hlavného mesta SR Bratislavy a jeho mestských častí umožňuje založiť oblastnú organizáciu na podporu aktívneho cestovného ruchu pre mesto/región Bratislavy, ktorá bude profesionálne pracovať na princípe destinačného manažmentu a presadzovať spoluprácu verejného a súkromného sektora pri rozvoji turizmu.

Samospráva hlavného mesta privítala schválenie tohto zákona. Analýza inštitucionálnej oblasti marketingovej stratégie, ako aj séria tzv. okrúhlych stolov, ktoré mesto organizovalo na jar 2009 jednoznačne ukázali, že žiadna z verejných či súkromných organizácií v Bratislave nebola v danom čase schopná zabezpečiť v plnom rozsahu aktivity, ktoré bežne v zahraničí vykonáva organizácia destinačného manažmentu, či už z hľadiska ľudských zdrojov, odbornosti alebo rozpočtu.

V tejto situácii konečne vzniká vhodný priestor na to, aby mesto a jeho partneri spoločne vytvorili profesionálnu organizáciu, ktorej úlohou bude účinná marketingová a komunikačná podpora príjazdovej turistiky v Bratislave a jej regióne. Pri založení oblastnej organizácie na podporu cestovného ruchu Bratislava považuje za svojich prirodzených a strategických partnerov najmä mestské časti, dôležité turistické ciele regiónu Záhoria, Malých Karpát, či Podunajska, ako napr. Pezinok, Modra, Svätý Jur, Senec, Marianka, Stupava, či Malacky, a samozrejme tiež podnikateľské subjekty z oblasti ubytovania, gastronómie, dopravy, kongresového turizmu, či profesné zväzy a občianske organizácie, ako napr. Slovenská asociácia cestovných kancelárií, Slovenská spoločnosť sprievodcov cestovného ruchu alebo Klub bratislavských turistov. V prípade očakávaného postupu prípravy založenia oblastnej organizácie by o jej vzniku mohlo hlasovať mestské zastupiteľstvo na septembrovom zasadnutí.

Na zasadnutie mestského zastupiteľstva dňa 1. júla 2010 je predkladaný návrh na vstup Bratislavy do združenia Slovak Convention Bureau. Vzhľadom na výnimočné postavenie Bratislavy ako najsilnejšieho a najprirodzenejšieho dejiska kongresového turizmu na Slovensku sa Bratislava môže stať zakladajúcim členom tohto združenia. Projekt pripravila Slovenská agentúra pre cestovný ruch (SACR) na základe analýzy viac ako 30 organizácií pôsobiacich v európskych a svetových mestách.

Podpora príjazdovej turistiky do Bratislavy našla významné postavenie aj v rámci pripravovaného Programu hospodárskeho a sociálneho rozvoja Bratislavy na roky 2010-2020. V časti Globálny cieľ „Bratislava - nadregionálne centrum“ je odporúčaných viacero námetov na opatrenia zameraných na destinačný manažment a profesionálny marketing pre vyhľadávanie a uchádzanie sa o organizáciu veľkých kultúrnych, športových a iných podujatí.

Plán komunikačných aktivít na podporu príjazdovej turistiky hlavného mesta SR Bratislavy pre rok 2010:

6.1.1. Produkcia propagačných a informačných materiálov € 95.000

- Turistická mapa centra mesta – trojjazyčná
- Turistická mapa Bratislavy – 9 jazykových mutácií
- Ubytovanie v Bratislave
- Pamiatky a kultúra Bratislavy
- Bratislava City & Region Guide
- Jeden deň v Bratislave (v spolupráci s OBB)
- Brožúrka ku kongresu RDA

6.1.2. Veľtrhy cestovného ruchu € 125.000

- Vlastná expozícia: ITF Slovakiatour Bratislava, Holiday World Praha.
- V rámci expozície SACR: Regiontour Go! Brno, Ferien Messe Viedeň, Salon des Vacances Brusel, F.RE.E. Mníchov, Utazás Budapešť, ITB Berlin, Tour & Travel Varšava, Tour Salon Poznaň, WTM Londýn, EIBTM Barcelona.
- Iné: European City Breaks press event Amsterdam, Expo 2010 Shang-hai
- Poskytnutím propagačných materiálov: FITUR Madrid, BIT Milano, MITT Moskva, RDA Kolín n./Rýnom, Otdykh Moskva, BTC Rím.

6.1.3. Mediálne kampane na propagáciu destinácie € 120.000

- celoročná kampaň v spolupráci s Ryanair
  (printová inzercia vo Veľkej Británii – Daily Express, Guardian, Independent, Taliansku – Gazzeta dello Sport, Giornale, Reppublica Rome, Il Tirreno, v Španielsku – La Vanguardia, El Periodico de Caralunya) a vo Švédsku (Aftonbladet, Dagens Nyheter, Metro Stockholm); prezentácia na ryanair.com homepage, PR články v palubnom časopise Ryanair)
- Spectacular Slovakia 2010
  (spolupráca na novom vydaní sprievodcu po Slovensku, kapitole týkajúcej sa Bratislavy)
- MICE in Slovakia, Travel in Slovakia, Wagon Express, Koktejl Speciál, TIM
  (advertoriálne kampane zamerané na českú klientelu v odborných periodikách)
- Zimná kampaň v sieti Regie Radio Music (Česká republika)
  (Rozhlasová kampaň v trvaní cca 1 týždeň zameraná na českú klientelu z mestských aglomerácií v 6 najpočúvanejších českých rádiách)
- Priebežná organizácia a spolupráca pri press a fam tripoch
  (predbežne infocesty v súvislosti s podporou novej linky LOT do Varšavy, ruských touroperatárov z Moskvy, ap.)
- Outdoorová kampaň v interiérových priestoroch medzinárodného letiska v Prahe - Ruzyni

6.1.4. Online marketing € 40.000

- Uvedenie a aktualizácia turistického portálu visitbratislava.eu
- uvedenie a aktualizácia nového portálu kalendár akcií

- preklady pre turistický portál a kalendár akcií do angličtiny, nemčiny a španielčiny
- Prezentácia Bratislavy ako turistickej destinácie vo vybraných online sociálnych médiách
  (vytvorenie fun page na Facebook a Twitter, uverejňovanie min. 2 aktuálnych príspevkov týždenne, realizácia min. 2 online súťaží, denná aktualizácia a redakcia, uverejnenie 15 vybraných podujatí na portáli joobili.com)
- Prezentácia Bratislavy prostredníctvom EarthTV
  (internetová reklama s cieľom zvýšiť návštevnosť mestského turistického portalu)
- webkamerový soft na reálnu prehliadku mesta webový modul pohľadníc

6.1.5. Marketing udalostí € 105.000

- Bratislava ČSOB Marathon (26.-28.3.)
- Bratislava pre všetkých: Dni otvorených dverí samosprávy (24.-25.4.)
- Bratislavský majáles (30.4.-1.5.)
- Bratislava Food Fest (11.-13.6.)
- Kultúrne leto a Hradné slávnosti (21.6.-začiatok septembra)
- Viva Musica! (23.-31.7.)
- Festival Devín (21.-22.8.)
- Korunovačné slávnosti (4.-5.9.)
- Rímske hry
- Bratislavské jazzové dni (22.-24.10.)
- Bratislavské hudobné slávnosti (19.11.- 5.12.)
- Vianočné trhy (26.11.-23.12.)
- Silvester v meste (31.12.-1.1.2011)

6.1.6. Výroba merkantilových predmetov € 30.000

- zabezpečenie suvenírových „give away“ predmetov s oficiálnym logom hlavného mesta pre potreby prezentácie na veľtrhoch a výstavách, infocestách novinárov, protokolárnych návštevách, ap.

6.1.7. Vlastná publikačná činnosť € 180.000

- vydávanie programového časopisu In.Ba. (10 čísiel ročne, náklad 80.000 ks)
- vydávanie publikácie Twin City Journal (2 čísla ročne, náklad 10.000 ks)

6.1.8. Bratislavská mestská karta € 60.000

- marketingová a komunikačná podpora uvedenia Bratislavskej mestskej karty (printová inzercia, letáčiky s výhodami a zľavami, call-centrum, samostatná internetová stránka, sprievodné podujatia, súťaže, ap.)

6.1.12. Rôzne € 30.000

- doplnkový nákup fotografií do oficiálnej Imagebank
- správa a prevádzka infopointov