

Materiál na rokovanie
Mestského zastupiteľstva
hlavného mesta SR Bratislavy
dňa 27. 10. 2011

**Návrh konkrétnych krokov na realizáciu cieľov v oblasti cestovného ruchu
a destinačného manažmentu hlavného mesta SR Bratislavy**

Predkladateľ:

Milan Ftáčnik, v. r.
primátor

Zodpovedný:

Ing. Marián Miškanin, PhD., v. r.
riaditeľ kancelárie primátora

Spracovateľ:

Ing. Michaela Potočárová, v. r.
vedúca oddelenia
cestovného ruchu a destinačného manažmentu

Mgr. Alexandra Bučková, v. r.
námestníčka BKIS pre cestovný ruch

Materiál obsahuje:

1. Návrh uznesenia
2. Dôvodovú správu
3. Návrh konkrétnych krokov na realizáciu cieľov v oblasti cestovného ruchu a destinačného manažmentu hlavného mesta SR Bratislavy
4. Uznesenie MsZ č.74/2011 zo dňa 28. 04. 2011
5. Výpis zo zápisnice zo zasadnutia Komisie pre cestovný ruch a medzinárodnú spoluprácu MsZ zo dňa 17. 10. 2011
6. Uznesenie MsR č. 271/2011 zo dňa 13.10. 2011

Návrh uznesenia

Mestské zastupiteľstvo po prerokovaní materiálu

A. s c h v a ľ u j e

Návrh konkrétnych krokov na realizáciu cieľov v oblasti cestovného ruchu a destinačného manažmentu hlavného mesta Slovenskej republiky Bratislavy

B. p o v e r u j e

primátora hlavného mesta SR Bratislavy

1. predložením materiálu do Mestského zastupiteľstva hlavného mesta Slovenskej republiky Bratislavy k vzniku oblastnej organizácie cestovného ruchu hl. mesta SR Bratislavy

T: 31. 12. 2011

2. iniciovaním rokovania s Dopravným podnikom Bratislava, a.s. o navrhovaných opatreniach a hľadani riešenia k ich realizácii

T: 31. 03. 2012

3. iniciovaním rokovania so Železnicami SR a Železničnou spoločnosťou Slovensko, a.s. o navrhovaných opatreniach a hľadani riešenia k ich realizácii

T: 31. 12. 2012

4. priebežným plnením jednotlivých opatrení v cestovnom ruchu a predkladaním ročných správ o ich plnení na zasadnutie Mestského zastupiteľstva hlavného mesta Slovenskej republiky Bratislavy

T: 31. 12. 2012

Dôvodová správa

Bratislava zaznamenávala do obdobia krízy celkove pozitívny vývoj cestovného ruchu, čo sa prejavovalo v každoročnom náraste počtu návštevníkov a ich prenocovaní. Vplyvom hospodárskej a finančnej krízy na svetových trhoch však došlo za posledné roky nielen k poklesu návštevníkov hlavného mesta, ale aj k skráteniu priemerného počtu ich prenocovaní. Analýza súčasného stavu cestovného ruchu i celkového vývoja za obdobie rokov 2007- 2010 bola predložená mestskému zastupiteľstvu v apríli 2011. Uznesením mestského zastupiteľstva č. 74/2011 bola daná úloha predložiť návrh konkrétnych krokov na realizáciu cieľov v oblasti cestovného ruchu.

Predkladaný materiál vychádza z „Priorít Bratislavy na roky 2011 - 2014“, v rámci ktorých chce mesto aktívne pôsobiť na rozvoj cestovného ruchu a osobitne podporovať kongresový cestovný ruch. Materiál obsahuje konkrétne kroky a opatrenia, ktoré je potrebné realizovať v záujme podpory rozvoja cestovného ruchu. Navrhované riešenia v oblasti destinačného manažmentu a marketingu vychádzajú z medzinárodných trendov, ktoré kladú zvýšené nároky na uspokojovanie rozmanitých individuálnych požiadaviek návštevníka. Preto ponuka produktov pre návštevníkov mesta musí byť čo najpestrejšia a konkurencieschopná. Najdôležitejším systémovým opatrením je vybudovanie oblastnej organizácie cestovného ruchu podľa osobitého zákona č. 91/2010 Z. z. o podpore cestovného ruchu v znení neskorších predpisov.

Návrh konkrétnych opatrení je nastavený tak, aby mesto dosiahlo otvorenosť vo vzťahu k domácim a zahraničným návštevníkom mesta čo najefektívnejšie a prezentovalo sa vo svete ako príťažlivá destinácia cestovného ruchu s komplexnou a rozmanitou ponukou služieb a výborne vybudovaným informačným systémom. Cieľmi týchto opatrení je:

- zlepšenie imidžu mesta ako atraktívnej destinácie cestovného ruchu zvýšením úrovne poskytovaných služieb a informácií,
- zvýšenie návštevnosti a priemerného počtu prenocovaní s dopadom na celkové zvýšenie príjmov z cestovného ruchu,
- zefektívnenie propagácie a manažmentu mesta ako destinácie cestovného ruchu formou rozvoja partnerstva so súkromným, verejným a štátnym sektorom založením oblastnej organizácie cestovného ruchu hl. mesta SR Bratislavy.

Materiál bol prerokovaný na zasadnutí Mestskej rady dňa 13. 10. 2011. Zároveň bol prerokovaný na Komisii pre cestovný ruch a medzinárodnú spoluprácu 17. 10. 2011, ktorá ho odporúča Mestskému zastupiteľstvu hl. mesta SR Bratislavy na schválenie. Všetky pripomienky boli zapracované.

Obsah

Dôvodová správa.....	3
Návrh konkrétnych krokov na realizáciu cieľov v oblasti cestovného ruchu a destinačného manažmentu hlavného mesta SR Bratislavy.....	5
1. Cestovný ruch v Bratislave – analýza vývoja a súčasného stavu.....	5
1.1 Analýza vývoja cestovného ruchu v Bratislave a trendy mestského cestovného ruchu na medzinárodnom trhu.....	5
1.2 Zhodnotenie súčasného stavu cestovného ruchu mesta Bratislava.....	7
1.2.1 Identifikácia hlavných problémov rozvoja cestovného ruchu v Bratislave.....	7
2. Vízia a ciele rozvoja cestovného ruchu hl. mesta SR Bratislavy.....	9
3. Konkrétne kroky na realizáciu cieľov v oblasti cestovného ruchu a destinačného manažmentu hlavného mesta SR Bratislavy.....	10
3.1 Turistický informačný systém.....	10
3.1.1 Turistické informačné centrá.....	10
3.1.2 Turistický informačný portál.....	11
3.1.3 Internetové terminály na miestach zvýšenej koncentrácie návštevníkov.....	11
3.1.4 Orientačné smerovníky a tabule.....	12
3.1.5 Informačné tabule a orientačné značenia na miestach prvého kontaktu.....	12
3.1.6 Turistické informačné spoje.....	14
3.1.7 Informačné, propagačné a reklamné materiály.....	15
3.2 Doprava a bezpečnosť.....	15
3.2.1 Dopravná dostupnosť.....	15
3.2.2 Dynamická a statická doprava turistických autobusov.....	15
3.2.3 Bezpečnosť.....	16
3.3 Rozvoj produktov cestovného ruchu.....	16
3.4 Marketing a propagácia doma a v zahraničí.....	19
3.5 Organizácia a riadenie destinácie.....	19
3.6 Zvyšovanie profesionality a vzdelávanie miestnych obyvateľov.....	20
Príloha	21

Návrh konkrétnych krokov na realizáciu cieľov v oblasti cestovného ruchu a destinačného manažmentu hlavného mesta Slovenskej republiky Bratislavy

1. Cestovný ruch v Bratislave – analýza vývoja a súčasného stavu

1.1 Analýza vývoja cestovného ruchu v Bratislave a trendy mestského cestovného ruchu na medzinárodnom trhu

Cestovný ruch je najdynamickejšie sa rozvíjajúce odvetvie hospodárstva a je v súčasnosti jedným z najväčších svetových generátorov zamestnanosti a príjmov z exportu. Toto odvetvie ekonomiky vytvára v dnešnej dobe priamo alebo nepriamo 3 až 5 % svetového HDP a zároveň predstavuje 30 % svetového exportu služieb. Okrem toho jeho prínos k zamestnanosti je odhadovaný na úrovni 7 % až 8 %. Podľa Svetovej organizácie cestovného ruchu UNWTO je mestský cestovný ruch považovaný za najrýchlejšie expandujúci segment trhu cestovného ruchu.

Slovensko, a v ňom hlavné mesto Bratislava, ako člen EÚ, člen Schengenského priestoru a zároveň člen Európskej menovej únie, pocítilo v poslednom období zložitú ekonomickú situáciu vplyvom viacerých faktorov. V roku 2008 to bol nástup hospodárskej a finančnej svetovej krízy, ktorá ovplyvnila spotrebiteľské správanie nielen Európanov, ale aj celého sveta. Neskôr erupcia islandskej sopky Eyjafjöll v mesiacoch apríl – máj roku 2010, ktorá výrazne ochromila pravidelnú leteckú dopravu. Bratislava patrila pred krízou do skupiny najdynamickejšie rastúcich mestských destinácií v rámci Európskych turistických miest. Nástupom krízy došlo k citeľnému poklesu návštevníkov hlavného mesta SR a tiež ku skracovaniu ich priemerného počtu prenocovaní.

Súčasným trendom v spotrebiteľskom správaní Európanov je realizovať počas roka 3-4krát opakované krátkodobé pobyty za účelom spoznávania nových miest a relaxu.

Podpredseda Európskej komisie Antonio Tajani, ktorý zodpovedá za priemysel a podnikanie, uviedol: „Skutočnosť, že 58 % obyvateľov EÚ je rozhodnutých stráviť dovolenku v Európe, svedčí o tom, že odvetvie cestovného ruchu sa dostáva z krízy a opäť sa stáva rastúcim odvetvím“.

Ľudia chcú zažiť v živote čo najviac, v čo najkratšom čase. Práve toto spôsobuje zvýšenie dopytu po destináciách, cestovaní a pohodlí. Chcú prežívať emócie a mať zážitky.

Podľa posledného prieskumu Európskej komisie sa potvrdilo, že občania EÚ sa rozhodujú v 58 % stráviť dovolenku vo svojej vlastnej krajine, alebo v inej krajine EÚ a až 73% cestuje za odpočinkom a považuje túžbu po oddychu a zotavení sa za najdôležitejší dôvod pre cestovanie na dovolenku (36 %). Pre 32 % občanov EÚ je atraktivnosť regiónu považovaná za najdôležitejší faktor pri výbere dovolenky pred kultúrnym dedičstvom (27 %) a zábavou (15 %). Viac ako 57 % občanov EÚ si svoju hlavnú dovolenku zorganizovali samostatne. 28 % Európanov sa vyjadrilo, že by zvolili trávenie dovolenky v nových destináciách, čo je obrovská výzva pre Bratislavu. Medzi najväčších cestovateľov patria obyvatelia Fínska (89 %), Dánska (87 %), Holandska a Švédska (v oboch prípadoch 87 %), Luxemburska (85 %) a Nórska (84 %).

Základná analýza súčasného stavu cestovného ruchu za obdobie rokov 2007- 2010 bola predložená mestskému zastupiteľstvu v apríli 2011.

V súčasnom období je potrebné zamerať marketingové aktivity cielenejšie na prioritné trhy a konkrétnejšie segmenty. Medzinárodným trendom je vytvárať produkty cestovného ruchu podľa individuálnych požiadaviek návštevníka, preto ponuka musí byť rozmanitá a konkurencieschopná a je potrebné vsadiť na jedinečnosť polohy Bratislavy v srdci Európy ležiacej na rieke Dunaj. Aktivity musia byť jasne časovo definované. Menšia rozloha hlavného mesta, pešia dostupnosť nosných atraktivít v centre mesta ako aj lokalizácia osobného prístavu v historickom centre, sú tiež veľkou výhodou, nakoľko ako bolo spomenuté vyššie, sú potenciálni návštevníci unavení z veľkomiest a hľadajú oddych, pokoj, zotavenie a zároveň zábavu a práve toto im Bratislava môže ponúknuť.

Pre dosiahnutie imidžu atraktívnej destinácie cestovného ruchu musí mesto v spolupráci s partnermi verejného i súkromného sektoru najmä:

1. poskytovať návštevníkom pestrú ponuku integrovaných a garantovaných produktov; okrem hlavného produktu i ďalšie doplňujúce produkty pre jednotlivé segmenty, či už ide o obchodné cesty, kultúrne cesty, prípadne i rekreačné aktivity;
2. rozvíjať turistické atraktivity časovo i priestorovo s výhľadom na trvalo udržateľný rozvoj; t.j., musia byť prítiažlivé celoročne, nielen v sezóne a nekoncentrované len na niekoľko málo častí mesta, aby nevznikli tzv. „turistické getá“, ktoré by zneprijemňovali život miestnym obyvateľom;
3. naprogramovať ponuku z obsahového hľadiska (napr. podľa historických období, podľa typov návštevníkov a pod.) i z hľadiska časového (kratšia návšteva, celo- alebo viacdenný pobyt, ako i z hľadiska ročných období a počasia (indoor/outdoor podujatia, prípadne varianty);
4. podporovať formy prezentácie kultúrneho dedičstva v podobe moderne poňatých múzeí a reštaurovaných historických budov a podporou organizovania významných kultúrnych udalostí a festivalov;
5. podporovať usporiadanie takých animačných programov a kultúrno-spoločenských podujatí a festivalov v meste, ktoré mesto oživujú, sú jedinečné a zanechávajú spomienky a motivujú návštevníkov k opakovanému pobytu v meste a zároveň odporúčia návštevu/pobyt svojim priateľom a známym;
6. zabezpečovať dopravnú prístupnosť navštevovaných objektov, ich značenia a možnosti pre zastavenie a parkovanie autobusov;
7. poskytovať návštevníkom čo najkvalitnejšie a najpresnejšie informácie; návštevník sa musí vedieť čo najrýchlejšie zorientovať v danom mieste, musí mu byť jasné, kde sa čo dozvie a kde získa všetky potrebné informácie k svojmu pobytu v Bratislave. Orientačný a informačný systém vypovedá o tom, do akej miery záleží správe mesta na ľuďoch, ktorí sa v ňom pohybujú, aký má záujem ponúknuť im svoje služby a zaujímavosti;
8. dbať na bezpečnosť, čistotu a životné prostredie mesta
9. priebežne zisťovať spokojnosť návštevníkov a spätnú väzbu a kvalite poskytovaných služieb a odstraňovať nedostatky (výberové štatistické zisťovanie, ankety, súťaže podporené oceneniami a pod.).

Za najdôležitejšie pre rozvoj mestského cestovného ruchu sa považuje:

- *zabezpečenie kvalitných a cenovo konkurencieschopných služieb, najmä ubytovania, stravovania, dopravy, zábavy,*
- *poskytovanie komplexných informácií,*
- *bezpečnosť návštevníkov.*

1.2 Zhodnotenie súčasného stavu cestovného ruchu mesta Bratislava

Medzi návštevníkmi sa Bratislava postupne vyprofilovala ako mesto jedinečného súzvuku bohatej histórie, kultúry a malebnosti, čo potvrdzuje aj reprezentatívny prieskum uskutočnený v roku 2008 na relevantnej vzorke zahraničných aj domácich návštevníkov, ktorí charakterizovali Bratislavu najmä ako dynamické, veselé, otvorené, upokojujúce, bezstarostné mesto. Návštevníci by podľa spomínaného prieskumu odporučili svojim priateľom a známym návštevu Bratislavy celkom určite v 50% a skôr áno v 48% prípadoch, čo je veľmi vysoký podiel vyjadrujúci spokojnosť s návštevou.

Mesto disponuje širokou ponukou ubytovacích zariadení, reštauračných a pohostinských prevádzok, má kvalitných sprievodcov, množstvo atraktivít, múzeí, pamiatok, prírodných atrakcií a pod. Je potrebné, aby sa začal realizovať integrovaný destinačný manažment a marketing komplexnej ponuky služieb cestovného ruchu mesta v spolupráci so všetkými zainteresovanými subjektmi cestovného ruchu na dosiahnutie synergického efektu.

Pri hľadaní vhodných východísk a nastavení konkrétnych cieľov rozvoja cestovného ruchu je potrebné zhodnotiť aj smerovanie cestovného ruchu na národnej úrovni, regionálnej úrovni a na medzinárodnom trhu. Je potrebné smerovať strategické dokumenty v súlade so strategickými dokumentmi cestovného ruchu Ministerstva dopravy, výstavby a regionálneho rozvoja SR, Slovenskej agentúry pre cestovný ruch, Bratislavského samosprávneho kraja, a s prihliadnutím na aktuálne potreby súkromného sektora vo vzťahu k súčasným trendom v cestovnom ruchu.

1.2.1 Identifikácia hlavných problémov rozvoja cestovného ruchu v Bratislave

Vychádzajúc zo SWOT analýzy Stratégie rozvoja cestovného ruchu Bratislavského samosprávneho kraja 2007-2013 a SWOT analýzy mesta Bratislava je potrebné zamerať aktivity na odstránenie hlavných nedostatkov a tými sú:

- absencia dostatočného počtu konkrétnych tematických produktov cestovného ruchu,
- slabý informačný systém mesta,
- rozsah služieb informačných centier (krátke otváracie hodiny, malý počet),
- mesto nemá výrazný imidž, z čoho vyplýva potreba podporiť značku - brand,
- nedostatočne cieleňá propagácia cestovného ruchu a nedostatočne koordinovaný marketing,
- absencia oblastnej organizácie cestovného ruchu,
- absencia modernej prezentácie ponuky kultúrneho dedičstva v rámci cestovného ruchu,
- nízka úroveň ubytovania v nižších kategóriách, nepružná a v medzinárodnom kontexte nekonkurencieschopná cenová politika ubytovacích zariadení,
- nedostatočné prieskumy a štatistické informácie o cestovnom ruchu,
- nízky rozpočet mesta vyčlenený pre manažment odvetvia cestovného ruchu a prevádzkovanie informačných centier,
- chýbajúce kongresové centrum,
- chýbajúce parkoviská a odstavné plochy pre turistické autobusy a mikrobuses,
- zlý vzťah miestneho obyvateľstva k životnému prostrediu a k cestovnému ruchu,
- a iné.

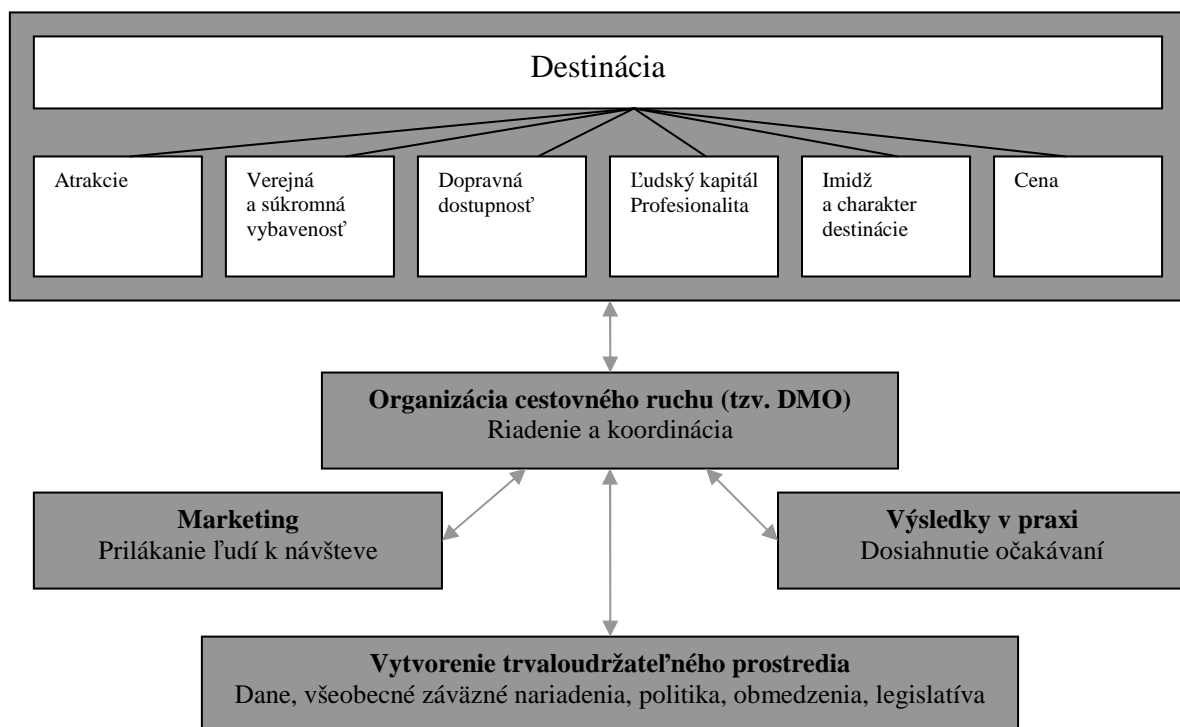
Na trhu stále nie je vytvorená organizácia destinačného manažmentu mesta, ktorá by systematicky a koordinovane riadila marketing a manažment cestovného ruchu mesta. Organizácia destinačného manažmentu by vytvárala ponuku mesta a prezentovala by ju doma i na zahraničných trhoch. Je založená na princípe koordinácie a kooperácie subjektov cestovného ruchu, (orgánov územnej samosprávy, štátnej správy a ziskového teda najmä podnikateľského sektora). Tvorba cestovného ruchu v oblasti manažmentu partnerstva dohliada na:

- spoločnú tvorbu stratégií,
- spoločné plánovanie destinačného manažmentu,
- implementáciu založenú na koordinačnej báze.

Destinačný marketing je filozofia riadenia destinácie, ktorá stanovuje na základe spotrebiteľského dopytu (zisteného výskumom) umiestnenie produktu destinácie na trh s cieľom realizovať maximalizáciu zisku. Je to riadený a cielený súhrn aktivít, vyvažujúcich ciele destinácie s potrebami klientov.

Existujú rôzne úrovne realizácie destinačného manažmentu a marketingu, ale ako najefektívnejšia je spolupráca tzv. PPP – spolupráca verejného a súkromného sektora vytvorením oblastnej organizácie cestovného ruchu. Dosiahne sa tak maximalizácia synergického pôsobenia medzi zainteresovanými subjektmi, nielen na mestskej úrovni, ale aj na národnej, regionálnej a medzinárodnej úrovni.

Schéma: Model destinačného manažmentu



Zdroj: UNWTO

2. Vízia a ciele rozvoja cestovného ruchu hl. mesta SR Bratislavy

Vízia

Víziou mesta Bratislavy je, aby naše hlavné mesto SR bolo na mape cestovného ruchu konkurencieschopnou destináciou, s čo najzaujímavejšou a najpestrejšou ponukou produktov cestovného ruchu s imidžom jedinečného malebného mesta na Dunaji v srdci Európy.

Mesto má výbornú polohu, bohatú históriu, zachovalé a v dobrom stave udržiavané historické pamiatky a bohatý kultúrny život.

Ciele

Ciele vychádzajú z Programu hospodárskeho a sociálneho rozvoja hl. mesta na roky 2010-2020 schváleného Mestským zastupiteľstvom 01. 07. 2010 uznesením č. 1020/2010 a sú doplnené o konkrétnejšie ciele zabezpečenia kvalitného rozvoja cestovného ruchu hl. mesta SR Bratislavy.

1. zlepšiť úroveň poskytovania informácií a služieb:
 - a. prevádzkovať v rámci oblastnej organizácie cestovného ruchu turistické informačné centrá (TIC) a informačné systémy na všetkých strategických dopravných uzloch a vstupoch (železničné stanice, autobusová stanica, prístav, letisko, historické centrum, nákupné centrá, hraničné priechody);
 - b. zlepšiť imidž mesta ako turistickej destinácie;
 - c. podporiť záujem o opakovanú návštevu mesta;
 - d. zabezpečiť dôstojné vstupné brány do mesta;
 - e. zabezpečiť dôstojný prístup k historickým pamiatkam a iným atraktivitám;
 - f. zabezpečiť viditeľné označenie historických pamiatok a iných atraktivít;
 - g. zabezpečiť v spolupráci s mestskými časťami mapovanie existujúcich nevyužívaných verejných toaliet a hľadať riešenia na ich revitalizáciu.
2. zvýšiť návštevnosť, počet prenocovaní, priemerný počet prenocovaní a celkové príjmy z cestovného ruchu.
3. nadviazať strategické partnerstvá so súkromným sektorom založením oblastnej organizácie cestovného ruchu hl. mesta SR Bratislavy s cieľom:
 - a. zlepšiť úroveň poskytovania služieb;
 - b. zlepšiť dôveru súkromného sektora k mestu a opačne;
 - c. stanoviť stratégiu rozvoja mesta ako destinácie cestovného ruchu a realizovať ju koordinovane;
 - d. nastaviť propagačnú a komunikačnú stratégiu cestovného ruchu;
 - e. zabezpečiť spoločne zlúčením verejných finančných prostriedkov s prostriedkami privátneho sektora projekty a marketingové aktivity cielene na prioritné trhy.

3. Konkrétne kroky na realizáciu cieľov v oblasti cestovného ruchu a destinačného manažmentu hlavného mesta SR Bratislavy

Pre odstránenie nedostatkov, respektíve slabých stránok cestovného ruchu hl. mesta SR a naplnenie základných cieľov je potrebné prijať konkrétne opatrenia, ktoré budú realizované postupnými systémovými krokmi oddelením cestovného ruchu a destinačného manažmentu v spolupráci s BKIS, odbornými útvarmi magistrátu a spoluprácou so súkromným sektorom, ktorá sa v ďalšom období bude zabezpečovať na pôde novovzniknutej oblastnej organizácie cestovného ruchu.

3.1 Turistický informačný systém

Dňa 02. 03. 2006 MsZ hlavného mesta SR Bratislavy prijalo uznesenie č. 950/2006, ktorým bol schválený návrh jednotného turistického informačného systému hlavného mesta SR Bratislavy. Základnými prvkami tohto systému boli:

1. Turistické informačné centrá pre zákaznícky servis na letisku, v prístave, na hlavnej železničnej stanici a na Klobučníckej ulici;
2. Turistický internetový portál visit.bratislava.sk;
3. Internetové terminály na miestach prvého kontaktu návštevníka;
4. Orientačné tabule na vybraných miestach prvého kontaktu návštevníka, smerovníky v centre mesta;
5. Turistické informácie v dopravných prostriedkoch MHD na vybraných linkách;
6. Informačné, propagačné a reklamné materiály.

Jednotlivé prvky tohto informačného systému boli postupne zavedené, a to v súlade s vtedajšími potrebami a možnosťami mesta. V súčasnom období však nie sú všetky funkčné, resp. nezodpovedajú momentálnym potrebám návštevníkov alebo trendom v informačných systémoch cestovného ruchu.

3.1.1 Turistické informačné centrá

Turistické informačné centrá sú v správe príspevkovej organizácie hl. mesta SR Bratislavy BKIS. V súčasnom období sú v prevádzke 363 dní v roku dve turistické informačné centrá – v centre mesta na Klobučníckej a na letisku. Ich otváracie hodiny nedostatočne vyhovujú turistov hlavne v letnej turistickej sezóne. Otváracie hodiny sa v priebehu roka menia v závislosti od sezóny. Na Klobučníckej ulici je potrebné poskytovať turistické služby počas týždňa a víkendov celoročne do večerných hodín (ako tomu bolo v období 2004 – 2008). V prípade TIC na letisku je potrebné prispôbiť prevádzkový čas letovému poriadku, aby informácie boli poskytnuté aj pasažierom, ktorí pristanú v neskorých večerných hodinách pravidelnými leteckými linkami a to nielen počas hl. turistickej sezóny, ako tomu bolo v ostatných rokoch. Okrem letiska je potrebné rozšíriť informačné systémy aj na ostatných miestach prvého kontaktu, ktorými sú najmä:

1. Hlavná železničná stanica
2. Autobusová stanica Mlynské Nivy.
3. Železničná stanica Petržalka
4. Osobný prístav

Opatrenia:

- Zabezpečiť dostačujúce sezónne predĺženie otváracích hodín počas najvyššej návštevnosti mesta vyčlenením adekvátnych finančných prostriedkov (letné obdobie, počas vianočných trhov a počas medzinárodných sviatkov – tak, ako to bolo v období rokov 2004 - 2008);
- Pre riešenie zabezpečenia informovanosti na ostatných vstupných bránach mesta je potrebné zabezpečiť minimálne tabuľu s turistickými informáciami a mapou, kde by boli uvedené miesta, kde sa nachádza najbližšie turistické informačné centrum s otváracími hodinami, čo vidieť v Bratislave, ako sa orientovať, ako využívať MHD a pod. v rôznych jazykových mutáciách; po dobudovaní Hlavnej stanice opätovne sprevádzkovať TIC;
- Pokúsiť sa zriadiť turistické informačné centrá v meste, ktoré by boli v nájme fyzických osôb na základe zmluvy, kde by sa vyšpecifikovali potreby mesta vo vzťahu k poskytovaniu turistických informácií a v ktorých by ich prevádzkovatelia dodržiavali štandard určený mestom. V Osobnom prístave je vybudovaný informačný stánok, ktorý je od roku 2009 nevyužívaný a mohol by slúžiť takémuto účelu. Na základe takejto zmluvy by po meste mohlo byť prevádzkovaných viacero TIC;
- V niektorých turisticky lákavých mestách existuje turistická asistenčná služba tzv. „Tourist angels“, ktorí chodia po meste a na tzv. vstupných bránach mesta najmä v najvyššej turistickej sezóne poskytujú potrebné informácie turistom (substituujú TIC v teréne). Pripraviť štúdiu realizovateľnosti tohto projektu a zvážiť zavedenie do budúročnej letnej sezóny pre turistov.

3. 1. 2 Turistický informačný portál

Turistický portál visit.bratislava.sk má návštevnosť cca 12000 návštev/týždeň. Je v štyroch jazykových mutáciách a vyžaduje si neustále aktualizovanie už vložených informácií, prinášanie nových informácií a PR článkov a rozširovanie o ďalšie jazykové mutácie. V súvislosti s tým je potrebné zabezpečiť pravidelné dopĺňanie fotobanky.

Opatrenia:

- Rozšíriť jazykovú mutáciu portálu (maďarský jazyk);
- Zabezpečovať kvalitné texty, preklady a pravidelnú fotodokumentáciu.

3. 1. 3 Internetové terminály na miestach zvýšenej koncentrácie návštevníkov

V súčasnosti funguje v rámci poskytovania informácií pre návštevníkov aj 9 on line informačných terminálov na dôležitých a návštevníkmi vyhľadávaných miestach. Informácie je možné zistiť si preklikom na webové stránky, ktoré sú zobrazené v pravej časti obrazovky a poskytujú vyhľadávané informácie o hoteloch, dopravných spojeniach, voľno- časových aktivitách a službách v cestovnom ruchu. Podľa štatistických ukazovateľov je priemerný mesačný pohyb na infopointoch 1 000 preklikov.

Umiestnenie infopointov: 3x Informačné centrum BKIS Klobučnícka ulica, Letisko M. R. Štefánika, Osobný prístav Fajnorovo náb. 2, Autobusová stanica Mlynské nivy, Dopravný podnik Bratislava podchod Hodžovo nám., Incheba Viedenská cesta 3-7, Apponyiho múzeum Radničná ul.

Opatrenia:

- Zmeniť grafický dizajn zobrazovania web stránok a využiť tým celú plochu monitora na rozšírenie dostupného obsahu informácií a webových stránok subjektov CR poskytujúcich služby v CR;

- Zvážiť postupne zavedenie modernejších infopointov s priamou telefonickou linkou na informačné centrá, jednotlivé hotelové zariadenia a pod. - Hlavná železničná stanica, autobusová stanica;
- Zabezpečiť prekliky portálu na turistické informácie;
- V prípade dostupných finančných zdrojov zvýšiť počet terminálov.

3. 1. 4 Orientačné smerovníky a tabule

Projekt bol realizovaný na základe dohody o spolupráci medzi hlavným mestom SR Bratislavy a spoločnosťou JCDecaux Slovakia spol. s r.o.. Smerovníky je potrebné doplniť, nakoľko na vybraných orientačných bodoch chýbajú a neposkytujú návštevníkovi komplexný turistický informačný systém historického centra Bratislavy.

Pred Osobným prístavom sú dva mini smerovníky. Jeden z nich je po rekonštrukcii nábrežia potrebné vrátiť na pôvodné miesto na námestie Ľ. Štúra (pred Propeler). V centre je potreba osadiť nové smerovníky:

- Uršulínska/Klobučnícka
- Hlavné námestie (pred Jezuitmi)
- Hlavné námestie (Zelený dom)
- Straková/Ventúrska
- Suchoňové námestie (Mostová ul. nad vjazdom do Carltonu)
- Obchodná/Poštová

Takisto je potrebné zabezpečiť adekvátne označenie historických pamiatok a iných atraktivít v meste.

V poslednom období sa v meste sústreďuje väčší počet cyklistov a zaviedlo sa aj prenájom tzv. dvojkoľiek. Cykloturisti a všeobecne cyklisti sú v meste vítaní, ale vedľa byť aj neohľaduplní na pešej zóne voči občanom a peším turistom. Je potrebné určiť a dobudovať presnú cyklotrasu cez centrum mesta, označiť ju a na ostatných úsekoch osadiť značenie zákazu bicyklovania – potreba zosadnutia z bicykla.

Opatrenia:

- Hľadať riešenia doplnenia smerovníkov v rámci finančných možností mesta;
- Vytvoriť cyklotrasy v centre mesta, ale aj okolí pre využitie cykloturistiky;
- Osadiť značky pre cyklistov pred vstupom do centra mesta, že môžu ísť bicyklami do centra, ale musia zosadnúť alebo určiť maximálnu rýchlosť. To isté pre tých, čo si prenájomujú elektrické dvojkoľky;
- Zvážiť vytvorenie infopointu pre cyklistov s mapami cyklistických trás a servisom;
- V prípade Hlavného námestia a Hviezdoslavovho námestia potrebné hľadať riešenia na doplnenie veľkých máp centra mesta.
- Zabezpečiť viditeľné označenie historických pamiatok a iných atraktivít

3. 1. 5 Informačné tabule a orientačné značenia na miestach prvého kontaktu

V súčasnom období prebieha výstavba medzinárodného letiska v Bratislave, ktorá má byť ukončená v júni 2012 dobudovaním priletovej haly. Plánuje sa prestavba hlavnej železničnej stanice a autobusovej stanice. Ale aj napriek týmto investičným plánom je potrebné vybudovať informačnú sieť k súčasnému stavu, v akom sa tieto hlavné dopravné uzly nachádzajú a zároveň zlepšiť informačný systém aj v miestach, kde sa v dohľadnej dobe nečrtajú investičné zámery, ako je napríklad Petržalská stanica. Pri projektových návrhoch je potrebné rokovať o požiadavke vytvorenia vhodných a adekvátnych priestorov pre TIC


(letisko, hlavná stanica, autobusová stanica) a zabezpečiť adekvátne finančné zdroje umožňujúce ich efektívne fungovanie.

Slabými stránkami dopravných uzlov Bratislavy (letisko, osobný prístav, železničné stanice, autobusová stanica) z hľadiska cestovného ruchu sú:

Letisko

- neexistujúci smerovník s piktogramom TIC v rámci areálu letiska (odletová hala, príletová hala C),
- absencia informácií na MHD zastávke v AJ, NJ,
- otváracie hodiny zmenárne si upravuje majiteľ podľa jeho interných potrieb,
- potrebné pravidelné dopĺňanie infopultov v príletovej hale C mapami mesta Bratislavy
- neexistuje dopravné spojenie priamo do historického centra, ani na autobusovú stanicu Mlynské Nivy – potreba rokovať s DPB o úprave trasy liniek pre návaznosť dopravných spojení.

Železničná stanica Petržalka

- exteriér: absencia smerovníkov vyznačujúcich smer do centra mesta (SJ/AJ), z Panónskej cesty je stanica neoznačená – chýba názov (SJ/AJ), na zastávkach MHD absentujú informácie v AJ/NJ (viď letisko) - chýba značenie, na ktorú zástavku MHD ísť, aby sa turista dostal na potrebné miesta: smer - centrum mesta, smer - hlavná stanica, smer - letisko a pod.,
- nedostatočná jazyková vybavenosť pracovníkov ŽSR a Železničnej spoločnosti Slovensko, absencia informačných služieb
- výťahy v zlom stave (rozbité zrkadlá, špina), neoznačený žiadnym piktogramom (napr. vozíčkára, alebo osoby s batožinou),
- absencia smerovníkov v staničnej hale a akýchkoľvek turistických informácií (SJ/AJ/NJ),
- zastaralé informácie o MHD (ceny v SKK),
- otváracia doba úschovne batožiny do 20:00 (posledný vlak do Viedne 22:30), časté prestávky počas dňa, ktoré môžu tiež ovplyvniť vyzdvihnutie batožiny,
- priestory čakárne boli počas dňa uzamknuté,
- toalety nezodpovedajú štandardom toaliet medzinárodnej vlakovej stanice (toaletný papier odovzdáva pani z rúk, nie je mydlo, nefunguje sušič rúk, neobvyklá výzdoba, poplatok 0, 20 €),
- v priestoroch železničnej stanice je špina, priestory určené na prenájom, alebo priestory, ktoré boli využívané ako colnica sú prázdne, nepôsobia dobrým dojmom,
- potreba odstrániť zelené  z fasády chodby, vyznieva zmätočne.

Hlavná železničná stanica

- absencia informácií na MHD zastávke v AJ/NJ (viď letisko),
- absencia informácií pre telesne postihnutých,
- nedostatočná jazyková vybavenosť pracovníkov ŽSR a Železničnej spoločnosti Slovensko, absencia informačných služieb,
- špina, zvýšený pohyb bezdomovcov a kriminálnych živlov.

Autobusová stanica Mlynské Nivy

- absencia informácií na MHD zastávke v AJ/NJ (viď letisko).
- nedostatočná jazyková vybavenosť pracovníkov, absencia informačných služieb

Opatrenie:

- Doplniť dočasný smerovník s piktogramom TOURIST INFORMATION CENTRE v areáli letiska;
- Zabezpečiť informácie pre turistov v min. 3 jazykoch (SJ, AJ, NJ) s grafickým komixovým manuálom, ako zakúpiť cestovný lístok;
- Hľadať riešenia prostredníctvom Dopravného podniku mesta Bratislavy, na strategických vstupných bránach mesta, zabezpečením automatov na lístky, ktoré by poskytovali možnosť platby bankovkami/kreditnými kartami;
- V spolupráci s letiskom riešiť problém otváracích hodín zmenárne podľa priletov mimo Schengenského priestoru;
- Zverejnenie informácií o používaní taxíkov v Bratislave (50% zľava pri volaní na telefónne číslo a pod.);
- Vybaviť dopravné prostriedky MHD na hlavných turistických trasách (61, 210, 13,...) vo vnútri vozidla na viditeľnom mieste informáciami o používaní dopravných prostriedkov, o forme značenia lístkov, turistických informáciách (SJ/AJ/NJ), dôležitými kontaktmi;
- Hlásenie zastávok MHD vo vnútri vozidla na vytypovaných zastávkach aj v AJ jazyku;
- Koordinovane vytvoriť informačný systém a odstrániť slabé stánky na týchto dopravných uzloch v spolupráci s BKIS, DPB a relevantnými subjektmi;
- Potrebne hľadať finančné prostriedky na poskytovanie informačných služieb na všetkých uvedených nosných dopravných uzloch – v spolupráci so SACR, BSK a správcami jednotlivých dopravných uzlov.

3. 1. 6 Turistické informačné spoje

Projekt bol realizovaný a financovaný v rámci programu Iniciatívy Spoločenstva INTEREG IIA Rakúsko – Slovenská republika. V rámci projektu bolo zabezpečené poskytovanie informácií pre návštevníkov mesta na linkách MHD spájajúcich letisko, železničnú a autobusovú stanicu s centrom (napr. hlásenia o trase vozidla aj v AJ, vybavenie interiéru vybraných liniek turistickými informáciami a propagačnými letákmi mesta a iné).

Zmapovali sa nedostatky pri hlavných dopravných uzloch na zastávkach MHD. Absentujú informácie na MHD zastávkach v AJ, NJ (letisko, hlavná stanica, železničná stanica Petržalka, autobusová stanica Mlynské Nivy) , konkrétne ide o:

- Prepravný poriadok;
- Detailnejšia mapa liniek MHD
<http://imhd.zoznam.sk/ba/index.php?w=f230212d372f2833ef3930212dea&m=272e30eef1f0f8f0f1f1f0f2ef34252933>;
- Mapa ulíc, prípadne obrázková prezentácia Bratislavy (a Slovenska);
- Upozornenie na najčastejšie chyby, ktorých sa dopúšťajú najmä zahraniční návštevníci pri používaní MHD (v dôsledku týchto chýb sú denne pokutované desiatky pasažierov, ktorí nemali v úmysle cestovať načierno. Sú to väčšinou veľmi nepríjemné situácie a skúsenosti)
 - Nesprávne označenie si cestovného lístka (na nesprávne miesto na lístku),
 - Zakúpenie si zľavneného cestovného lístka – DPB neakceptuje medzinárodné študentské preukazy (ISIC a pod.), akceptuje len preukazy vydaný DPB.

Opatrenia:

- Potrebne hľadať riešenia pre obnovu hlásení informácií o trase vozidla v AJ;
- Zabezpečiť v spolupráci s DPB informácie pre turistov na zastávkach MHD na hlavných dopravných uzloch a tiež priamo vo vozidlách.

3. 1. 7 Informačné, propagačné a reklamné materiály

Zabezpečujú sa priebežne v rámci marketingových aktivít a z rozpočtu mesta.

Opatrenia:

- Pravidelne zabezpečiť informačné, propagačné a reklamné materiály;
- Využívať prenosné informačné dáta pri prezentácii mesta;
- Hľadať riešenia moderných turistických informačných mobilných aplikácií integrovaných s GPS systémom.

3. 2 Doprava a bezpečnosť

3. 2. 1 Dopravná dostupnosť

Na úrovni mesta Bratislavy nebola doposiaľ komplexne riešená kooperácia v oblasti riešenia dostupnosti s ohľadom na potreby zvýšenia príjazdov cestovného ruchu s jednotlivými dopravnými systémami a konkrétnymi dopravnými prepravcami s ohľadom na zdrojové trhy.

Opatrenia:

- Začať rokovania s dopravnými systémami o zlepšení dostupnosti mesta Bratislavy ako destinácie cestovného ruchu.

Pre zabezpečenie prístupnosti produktov a pohostinnosti treba hľadať praktické riešenia najmä pre turistov prichádzajúcich autobusmi. Ide najmä o riešenia pre krátkodobé zastavenia v blízkosti miest obhliadky a miest pre parkovanie turistických autobusov tak, aby mali možnosti ich očistenia a použitia toaliet.

Verejné toalety a odpočívadlá na mieste vyloženia a naloženia turistov sú veľmi dôležité, pretože to sú prvé a posledné dojmy z mesta, ktoré v turistoch zanechávajú zlé alebo naopak dobré spomienky.

3. 2. 2 Dynamická a statická doprava turistických autobusov

Bratislava vybudovala v rámci dopravného systému a sprístupňovania dostupnosti centra mesta a pamiatok v centre krátkodobé zastávky pre turistické autobusy zo všetkých príjazdových smerov. V nadväznosti na tento dopravný systém však v meste chýbajú odstavné plochy/parkoviská pre turistické autobusy/mikrobusy. Mesto by potrebovalo vytypovať vhodné parkovacie miesta. Mestu chýba odstavné parkovisko s vybudovanou infraštruktúrou a strážnou službou (s výnimkou depa Dopravného podniku, ktoré sa však nachádza pomerne ďaleko od centra v Petržalke a je kapacitne nepostačujúce). V meste sa nachádza niekoľko provizórnych odstavných plôch, ale nespĺňajú bezpečnostné požiadavky a neposkytujú základné služby (občerstvenie, toaleta, bezpečnostná služba a kyvadlová doprava). Súčasne vhodné parkovacie miesta takéto základné služby neposkytujú, a preto nie sú ani využívané.

S cieľom zvýšiť komfort pre návštevníkov mesta je v oblasti dopravy urgentné realizovať nasledujúce zmeny a úpravy.

Opatrenia:

- Turistické autobusy a ich krátkodobé státie. Zvýšiť časový limit na nástup a výstup, ktorý je uvedený na už inštalovaných zastávkach „hop on – hop off“. Zvážiť možnosť presunúť a predĺžiť zastávky vybraných liniek MHD (70, 133, ako aj pred SNG). Na Hurbanovom

námestí odstrániť všetky alebo časť už osadených betónových pologulí na chodníku. Na všetkých tabuliach zjednotiť text;

- Zachovať parkovisko LAFRANCONI, ale upraviť vjazd, zabezpečiť strážnu službu a informácie, čo je v blízkosti pre využitie služieb šoférov. Opraviť, prípadne doplniť informačný navigačný systém po meste;
- Zvážiť zriadenie nového zberného parkoviska turistických autobusov v sektore východ alebo juh. Je k dispozícii 5 variant ako zlepšiť situáciu v oblasti parkovania autobusov (Apollo, Artmedia, Aréna, Tyršovo nábrežie, Viedenská cesta);
- Zlepšiť priechodnosť pre turistické autobusy k Osobnému prístavu z Múzejnej ulice, na Havlíčkovej ulici smerom na Slavín, napríklad osadením značky zákaz zastavenia pre osobné autá, ktoré parkujú v križovatkách;
- Hľadať možnosti sprejazdnenia turistických autobusov/mikrobusov počas prehliadky s autorizovaným sprievodcom;
- Prehodnotiť opodstatnenosť obmedzení vjazdu a zákazov zastavenia pre turistické autobusy (Radvanská, Fialkové údolie, Stará vinárska);
- V priestore prízjazdu do Bratislavského hradu zabezpečiť úpravy pre zvýšenie pohodlia turistov napr. odstránením častí reťazovej zábrany, zabezpečiť rešpektovanie už osadeného dopravného značenia;
- Rokovať s mestskými časťami o možných úpravách v ich mestských častiach (miestnych komunikáciách);
- Aktualizovať príručku pre vodičov autobusov s uvedením krátkodobých zastávok pre turistické autobusy i odstavných parkovísk na vytypovaných lokalitách.;
- Počas hlavnej turistickej sezóny zabezpečiť prítomnosť polície na najfrekventovanejších turistických miestach s cieľom prevencie pred obťažovaním (okrádaním) turistov;
- V letnom období každoročne zabezpečiť efektívnu asistenčnú službu, vyškolenú vopred s presnými inštrukciami a s označením mesta a vybavenú s mapami pre turistické autobusy na Rázusovom nábreží;
- Preinštalovať časovač semaforov na Rázusovom nábreží pri hoteli Park Inn a na Námestí Ľudovíta Štúra, aby mohli väčšie skupiny turistov prichádzajúce z prístavu alebo turistického autobusu bezpečne prejsť na druhú stranu cesty.

3. 2. 3 Bezpečnosť

V rámci bezpečnosti by mesto malo riešiť konkrétne opatrenia.

Opatrenia:

- Riešiť problém bezdomovcov a neprispôsobivých občanov;
- Riešiť problém vreckárov;
- Riešiť problém bezpečnosti chodcov a dopravy;
- Dohovorom s vedením štátnej a mestskej polície zvýšiť ich súčinnosť na najproblémovejších miestach.

3. 3 Rozvoj produktov cestovného ruchu

V rámci Programu hospodárskeho a sociálneho rozvoja na roky 2010-2020 si mesto stanovilo ako jeden z cieľov aj podporu nových produktov cestovného ruchu, ktoré má záujem podporovať a rozvíjať.

Kultúrno-poznávací cestovný ruch

Popri tradičných produktoch kultúrno-poznávacieho CR:

- Korunovačná Bratislava
- Vinárske tradície v Bratislave
- Hudobná Bratislava
- Židovská kultúra v Bratislave
- Legendy o Bratislave
- Ponuka pre mladých Art tours
- Výlety loďou
- Gastronómia
- Cykloturistika
- Výlety do okolia mesta a pod.,

ktoré sú lákadlom pre návštevníkom má mesto záujem rozvíjať aj nové produkty, akými sú:

- Rozširovanie ponuky lodnej osobnej dopravy po Dunaji a návrh nových trás (v spolupráci s prepravcami a štátnou plavebnou správou, prístavom Ba, Ministerstvom dopravy, výstavby a regionálneho rozvoja SR),
- Obohatenie gastronomickej ponuky o prešporské recepty (spolupracovať s reštauráciami a spropagovať tie, ktoré takéto špeciality ponúkajú, prípadne pripraviť kurzy varenia a pod.),
- Produkty zamerané na získavanie netradičných kultúrno-poznávacích zážitkov,
- Nočná Bratislava,
- História skrytá na cintorínoch Bratislavy,
- a iné.

Opatrenia:

- Z celkovej programovej ponuky mesta pre kultúrno-poznávacie cesty pripraviť 2-3 prioritné integrované produkty, ktoré budú spĺňať tieto kritériá:
 - podporovať imidž mesta,
 - byť ľahko integrovateľné do národných i stredoeurópskych produktov,
 - musia preukázať, že už boli v určitej podobe realizované v minulých rokoch,
 - musia mať charakter garantovanej ponuky.
- Doplniť v meste turistické lákadlá – napríklad rozmiestniť po meste zaujímavé existujúce alebo novo vytvorené sochy, alebo objekty, ktoré by boli centrom pozornosti turistov;
- Vytvoriť interaktívnu ponuku produktov cestovného ruchu na oficiálnej stránke mesta Bratislavy s popisom trás;
- Otvoriť múzeá aj počas večerných hodín aspoň raz mesačne;
- Preveriť jazykovú mutáciu, úroveň a dostupnosť propagačných materiálov a exponátov vo všetkých inštitúciách (galérie, múzeá a pod.);
- Zmapovať perspektívne miesta, ktoré by mohli byť potenciálne vhodné pre využitie v rámci kultúrno-poznávacieho cestovného ruchu, alebo ich dobudovať;
- Pokračovať v spolupráci so susednými metropolami vo forme pracovných pobytov a vytýpaní reálnej spolupráce s Viedňou, Budapešťou a Prahou. Súčasne implementácia spoločných možných produktov;
- Rozvíjať existujúcu spoluprácu s Bratislavským samosprávnym krajom a SACR;
- Aktívna účasť v cyklokomisii so zámerom rozvoja cykloturistiky v spojení s kultúrno-poznávacím cestovným ruchom a tvorba konkrétneho produktového balíčka pre túto formu cestovného ruchu;

- Zatraktívňovať produkty gastronómie a vinárstva v spolupráci s podnikateľskými subjektmi (Ochutnávka vína v Apponyiho paláci, kurzy varenia slovenských špecialít a pod.);
- Zvážiť nasvietenie niektorých kuriozít a atraktivít v Bratislave, ktoré by mohli tvoriť následne produkt „Nočná Bratislava“ (napr. pamätník Liszta, posmieváčik, múr mestského opevnenia a iné);
- Hľadať možnosti sprístupnenia existujúcich objektov pre návštevníkov a obyvateľov Bratislavy (napr. Barbakan pri Dóme, Lisztov pavilón so záhradou a pod.)

MICE

Obchodné cesty sú najvýnosnejším segmentom priemyslu cestovného ruchu. Európania v priemere utratia 455 EUR na jednu služobnú cestu na Slovensko, čo zodpovedá v priemere 91 EUR výdavkom na jednu noc (IPK 2008). Kongresový turizmus je výnosná forma turizmu a oplatí sa do nej investovať. Je jednou z najstabilnejších foriem turizmu (nepodlieha ekonomickým tlakom, zmenám devízových kurzov), je tvorcom ziskov, vytvára pracovné príležitosti, sprievodné akcie spojené s kongresovým turizmom dosahujú až dvojnásobný obrat v porovnaní s priamym sektorom obchodného turizmu. Pre hostiteľské mesto znamená vysoký príjem mestského rozpočtu (nároky klientely na dopravu, stravovanie, sprievodné služby z dôvodov medzinárodnej prestíže), prináša zníženie sezónnosti a umožňuje rovnomerné vyťaženie kapacít, poskytuje možnosť prezentácie a propagácie záujmov štátu alebo mesta, upevňuje ich prestíž. Je spojený s uspokojovaním náročných požiadaviek klientov, z tohto dôvodu dochádza k zvyšovaniu kvality komplexnej ponuky služieb.

Aktuálny program rozvoja kongresového turizmu v Bratislave bol iniciovaný v roku 2006 vydaním publikácie Bratislava Meeting Planner's Guide. Územný generel cestovného ruchu, ktorý bol odsúhlasený mestským zastupiteľstvom dňa 28.5.2009 uznesením č. 708/2009, zmapoval všetky existujúce a potenciálne konferenčné priestory, vrátane ubytovacích zariadení. Profesionálny a proaktívny spoločný marketing Bratislavy ako destinácie kongresového turizmu hlavné mesto očakáva od vstupu a pôsobenia v novozaloženom združení Slovak Convention Bureau, do ktorého vstúpilo hl. mesto SR Bratislava schválením uznesenia MsZ č. 1028/2010 dňa 01. 07. 2010. Bratislava sa tak stala jedným zo zakladajúcich členov združenia (ďalšími členmi sú Bratislavský samosprávny kraj, Incheba a.s., Grand Hotel Bellevue Nový Smokovec, Enjoy Slovakia DMC, Slovenská agentúra pre cestovný ruch, Panorama Tour, S-Tours, hotel Crown Plaza Bratislava).

Aj napriek tomu mesto spolu s aktérmi na pôde cestovného ruchu musí proaktívne pôsobiť v samostatnej propagácii tejto formy cestovného ruchu, aby získalo možnosti uchádzať sa o podujatia medzinárodného významu.

Opatrenia:

- Zmapovať konferenčné priestory a ubytovacie zariadenia vhodné do databázy MICE;
- Aktualizovať databázu do kongresového katalógu mesta Bratislava - tzv. „Meetings Planner's Guide“;
- Vytvoriť stránku špecializovanú pre MICE na www.bratislava.sk;
- V spolupráci a s osobitým prístupom partnerov z podnikateľských subjektov spracovávať, vyvíjať a komercializovať prostredníctvom špecifických distribučných kanálov a foriem prezentácie tento komplexný integrovaný produkt MICE;
- Využívať MICE pri vytváraní imidžu mesta ako turistickej destinácie;
- Spolupracovať s národným Convention Bureau na podporu produktu MICE v Bratislave;

- Hľadať formy štatistického zisťovania porovnávania MICE návštevníkov v spolupráci s členmi Slovak Convention Bureau;
- Lobbying a spoločný marketing v zahraničných organizáciách, účasť na zahraničných prezentáciách a veľtrhoch MICE;
- Hľadať možnosti výstavby kongresového centra s kapacitou viac ako 2 000 delegátov
- Spolupodieľať sa o uchádzanie sa organizovania medzinárodne významných spoločensko-kultúrnych, športových podujatí, kongresov, summitov a pod.;
- Vystupovať ako garant kongresovo – asociačných podujatí.

3.4 Marketing a propagácia doma a v zahraničí

Produkt a jeho rozvoj má význam realizovať v prípade, ak sa vie uplatniť na trhu a vie byť aj správne spropagovaný. Potrebné je nastaviť si:

- komunikačnú stratégiu,
- distribučnú stratégiu
- cenovú stratégiu

V podmienkach mesta a jeho produktu, sú dôležité najmä distribučné kanály a komunikačná politika, tie však nebudú efektívne, ak produkt nebude aj cenovo konkurencie schopný

Zoznam marketingových aktivít na rok 2012 v Prílohe č. 1

Opatrenia:

- Definovať ťažiskové témy cestovného ruchu a následne definovať cieľové skupiny - Bratislava pre seniorov, Bratislava pre mladých, Bratislava a šport v spolupráci s poskytovateľmi služieb;
- Získavať know-how a profesijné vzdelávanie pracovníkov v oblasti marketingu v medzinárodných inštitúciách ECM, Eurocities,, UNWTO, a iné;
- Cielene spolupracovať s Oddelením zahraničných vzťahov a protokolu pri propagácii hl. mesta SR Bratislavy v zahraničí, prostredníctvom ambasad, tzv. Deň Bratislavy;
- Pripraviť zásady efektívnej distribučnej politiky;
- Aktualizovať databázy sprostredkovateľov pre distribúciu informačných brožúr a ostatných informačných médií;
- Vytvárať nové distribučné kanály v rámci e-marketingu.

3.5 Organizácia a riadenie destinácie

Aktívna spolupráca s podnikateľskými subjektmi, ktorí majú záujem o rozvoj cestovného ruchu a podieľajú sa na činnosti cestovného ruchu by priniesla zefektívnenie rozvoja cestovného ruchu na území hl. mesta SR Bratislavy. Po schválení novely zákona č. 91/2010 by mesto Bratislava malo možnosť založiť oblastnú organizáciu cestovného ruchu, na ktorú by boli prenesené niektoré zásadné úlohy v cestovnom ruchu na zefektívnenie rozvoja tohto odvetvia na danom území.

Toto konkrétne opatrenia založenia oblastnej organizácie cestovného ruchu hl. mesta SR Bratislavy bude detailnejšie rozpracované na novembrové Mestské zastupiteľstvo hl. mesta SR Bratislavy.

Na základe uznesenie č. 1093/2010 Mestského zastupiteľstva hlavného mesta SR Bratislavy schváleného zo dňa 30. 09. 2010, ktorým sa schválil zámer vstupu hlavného mesta SR Bratislavy do oblastnej organizácie cestovného ruchu v zmysle §14 zákona č. 91/2010 Z.z. o podpore cestovného ruchu sa vedú rokovania s partnermi a pripravuje sa návrh na vstup mesta do takejto organizácie na rokovanie Mestského zastupiteľstva hl. mesta SR Bratislavy, vrátane stanov a zakladateľskej zmluvy organizácie.

3. 6 Zvyšovanie profesionality a vzdelávanie miestnych obyvateľov

Odvetvie cestovného ruchu sa vyznačuje vysokým podielom živej práce. Preto základom prosperity jeho rozvoja je kvalifikovaná, výkonná a zodpovedná pracovná sila, pracujúca nielen v podnikoch ale aj v organizačných štruktúrach na každej úrovni jeho riadenia. V záujme zvýšenia profesionality i dosiahnutia požadovanej súhry všetkých aktérov bude potrebné pripraviť prezentáciu koncepcie, objasniť ciele i význam opatrení so zvláštnym zreteľom na aktivity, ktoré si vyžadujú partnerstvo subjektov cestovného ruchu a pochopenie obyvateľov.

Opatrenia:

- Predstaviť schválenú koncepciu rozvoja cestovného ruchu rozhodujúcim subjektom cestovného ruchu v Bratislave;
- Pre pracovníkov oddelenia cestovného ruchu a destinačného manažmentu magistrátu hl. mesta SR Bratislavy a BKIS uskutočňovať pravidelné pracovné porady podľa jednotlivých okruhov problémov;
- Nadalej rozvíjať vzdelávacie projekty pre osoby prvého kontaktu v rámci projektu BKIS Bratislava – priateľské mesto, vrátane celoživotného vzdelávania pracovníkov TIC a sprievodcov, ako aj vzdelávacie projekty pre obyvateľov mesta
- O zásadných opatreniach v oblasti rozvoja cestovného ruchu informovať v médiách; pripraviť tlačovú besedu, verejné diskusie ku schváleným koncepčným materiálom, objasniť ich vplyvy a očakávania z prijatých opatrení na rozvoj a skvalitňovanie života pre obyvateľov mesta.

Príloha č. 1 – Zoznam marketingových aktivít na rok 2012

Marketingové aktivity a práca s verejnosťou v cestovnom ruchu:

Infocesty, práca s verejnosťou

- Organizácia fam and press tripov (aj v spolupráci so SACR)

Propagácia, reklama, inzercia

- Grafické návrhy
- Inzercie, PR články
- Kampane v zahraničných médiách
- Nákup fotografií, dopĺňanie imidžovej fotobanky
- Outdoorové kampane
- Externá spolupráca - filmová súťaž s VŠMU
- Výroba prezentačných predmetov

Medzinárodné veľtrhy a výstavy cestovného ruchu

- | | |
|--|---------------------------------|
| – CMT - International Exhibition for Caravanning, Motoring and Tourism | – MITT Moskva |
| – Regiontour Brno | – LATO Varšava |
| – Ferien Messe Viedeň | – Imex Frankfurt |
| – Slovakiatour Bratislava | – Výročné stretnutie členov ECM |
| – FITUR Madrid | – RDA Kolín |
| – Salon des Vacances Brusel | – Otdykh Moskva |
| – Holiday World Praha | – TT Tour&Travel Varšava |
| – F.RE.E / CBR /Mníchov | – Tour Salon Poznaň |
| – Utazás Budapešť | – Herbst Senioren Messe |
| – ITB Berlín | – jesenné stretnutie členov ECM |
| – Jarné stretnutie členov ECM | – EIBTM Barcelona |
| | – WTM Londýn |

Audiovizuálna tvorba a informačné systémy

- Aktualizácia turistického portálu visitbratislava.eu
- Aktualizácia portálu kalendár akcií
- Preklady textov
- Rozšírenie jazykovej mutácie „HU“ do maďarského jazyka

Tlačená propagácia a edičná činnosť

- Turistická mapa centra mesta
- Turistická mapa Bratislavy – 9 jazykových mutácií
- Bratislava a kultúra – 9 jazykových mutácií
- Primaciálny palác – 3 jazykové mutácie
- Bratislava City&Region Guide
- BratisLover
- Meetings Planner´s Guide
- Ubytovanie Bratislavy

Uznesenie č. 74/2011

Správa o stave aktívneho cestovného ruchu v hlavnom meste SR Bratislave do konca roku 2010

Kód uzn.-19.1

Uznesenie č. 74/2011

zo dňa 28. 4. 2011

Mestské zastupiteľstvo po prerokovaní materiálu

A. berie na vedomie

Správu o stave aktívneho cestovného ruchu v hlavnom meste SR Bratislave do konca roku 2010.

B. žiada

primátora hlavného mesta SR Bratislavy

predložiť návrh konkrétnych krokov na realizáciu cieľov v oblasti cestovného ruchu a destinačného manažmentu na zasadnutie Mestského zastupiteľstva hlavného mesta SR Bratislavy.

T: 29. 9. 2011

**Výpis
zo zápisnice
zo zasadnutia komisie pre cestovný ruch a medzinárodnú spoluprácu MsZ
zo dňa 17.10.2011**

K bodu 4

Návrh konkrétnych krokov na realizáciu cieľov v oblasti cestovného ruchu a destinačného manažmentu hlavného mesta SR Bratislavy

Materiál uviedla Ing. Michaela Potočárová. Po skončení odbornej diskusie bolo hlasované o nasledovnom znení uznesenia.

Uznesenie:

Komisia pre cestovný ruch a medzinárodnú spoluprácu po prerokovaní materiálu

odporúča

schváliť Mestskému zastupiteľstvu hl. mesta SR Bratislavy materiál Návrh konkrétnych krokov na realizáciu cieľov v oblasti cestovného ruchu a destinačného manažmentu hlavného mesta SR Bratislavy.

Hlasovanie: prítomní: 11, za: 11, proti: 0, zdržal sa: 0

Uznesenie bolo odsúhlasené.

Vyhotovila: PhDr. Mária Košáriová , v.r.
tajomníčka komisie

Uznesenie č. 271/2011

zo dňa 13. 10. 2011

Mestská rada po prerokovaní materiálu

odporúča

Mestskému zastupiteľstvu hlavného mesta SR Bratislavy

1. Schváliť:

Návrh konkrétnych krokov na realizáciu cieľov v oblasti cestovného ruchu a destinačného manažmentu hlavného mesta SR Bratislavy s pripomienkami, prijatými na zasadnutí Mestskej rady hlavného mesta SR Bratislavy.

2. Poveriť:

primátora hlavného mesta SR Bratislavy

2.1 priebežným plnením jednotlivých opatrení v cestovnom ruchu,

2.2 predkladaním ročných správ o plnení prijatých opatrení na zasadnutia Mestského zastupiteľstva hlavného mesta SR Bratislavy.

T: k 31. 12.
