



ZÁPISNICA ZO ZASADNUTIA PREDSTAVENSTVA
zo dňa 07.04.2016

Bratislava Tourist Board, Šafárikovo nám. č.3, Bratislava
Miesto konania: kancelária BTB, Šafárikovo nám. č.3, Bratislava

Prítomní: S.Svoreňová, A.Melicharová, L.Novacká, M.Volek,
P.Petrovič, J.Buocik

Nepřítomní – ospravedlnení : Novacká, Smik, Nad'

Za DR BTB: M.Farkaš

Otvorenie: Predsedníčka predstavenstva, Alžbeta Melicharová, privítala všetkých prítomných členov predstavenstva BTB.

Navrhla na schválenie nasledovný program rokovania P-BTB:

1. Výročná správa k účtovnej závierke za 2015 z pohľadu DR BTB
2. Vyúčtovanie dotácie z MDVRR SR pre BTB za rok 2015
3. Marketingové aktivity BTB na apríl 2016
4. Pravidlá podpory IC prevádzkovaných u komerčných subjektov
5. Diskusia o úprave stanov
6. Informácia o príprave na IMEX Frankfurt
7. Informácia o príprave zadania – komunikačná stratégia BTB a v rámci nej prieskum a riadené rozhovory ako podklad k vypracovaniu
8. Strategické a kľúčové aktivity BTB pre rok 2016
9. Účtovaná závierka kocr BRT za rok 2015
10. Výročná správa kocr BRT 2015
11. Informácia o ukončení členstva člena 2.komory
12. Rôzne
- 13.

s čím prítomní členovia P-BTB súhlasili.

Bod č. 1 Výročná správa k účtovnej závierke za 2015 z pohľadu DR BTB

Predseda DR BTB, Marek Farkaš, informoval prítomných, že vzhľadom na to, že BTB požiadalo o odklad Daňového priznania za rok 2015 do 30.4.2016, DR BTB bude môcť vypracovať Správu k účtovnej závierke až po jej predložení ekonomickým odd. BTB spolu s daňovým priznaním a to po 30.4.2016. Táto bude predložená P-BTB najneskôr dňa 16.5.2016 a VZ BTB dňa 24.5.2016. Žiada o schválenie úväzku pre kvalifikovanú osobu na spracovanie Správy DR BTB za rok 2015.

Uznesenie č. 1/07042016: P-BTB schvaľuje úväzok pre kvalifikovanú osobu na spracovanie Správy DR BTB za rok 2015 a lehotu na predloženie predstavenstvu Správy DR BTB k účtovnej závierke BTB za rok 2015 do 16.5.2016.

Hlasovanie: Prítomní: 5, Za: 5, Proti: 0, Zdržal sa: 0,

Bod č. 2 Vyúčtovanie dotácie z MDVRR SR pre BTB za rok 2015

Materiál vyúčtovanie (finančné aj vecné) dotácie z rozpočtovej kapitoly MDVRR SR pre Bratislavskú organizáciu CR/BTB za rok 2015 prezentoval výkonný riaditeľ BTB, Tomáš Koniar. Podrobne informoval členov P-BTB o katastrofálnom stave agendy, ktorá zostala po bývalom



vedení BTB za rok 2015, o chybách v značení dokladov pre vyúčtovanie dotácie. Aktuálne všetci zamestnanci BTB spravili maximum pre účtovné usporiadanie agendy a vyúčtovanie dotácie, avšak riziká, ktoré vyplývajú z faktu, že po bývalom vedení a jeho metódach registrácie agendy bolo niektoré podklady takmer nemožné vyhľadať a dohľadať, terajšie vedenie BTB odmieta niešť zodpovednosť. Z pridelenej dotácie vraciame 2.261,03 EUR.

Uznesenie č. 2/07042016: P-BTB súhlasí s predloženým znením materiálu Vyúčtovanie dotácie od MDVRR SR pre BTB za rok 2015. P-BTB poveruje VR BTB odovzdaním vyúčtovania na MDVRR SR v zákonnej lehote, a to do 10.4.2016.

Hlasovanie: Prítomní: 5, Za: 5, Proti: 0, Zdržal sa: 0,

Bod č. 3 Marketingové aktivity BTB na apríl 2016

Plán marketingových aktivít BTB prezentoval VR BTB Tomáš Koniar vid' Príloha č. 1.

Predseda komoryč.2 Martin Volek opätovne požiadal VR BTB, aby bol pri príprave všetkých infociest zahrnutý do komunikácie, nakoľko je gestorom tejto oblasti. Ďalej sa členovia P-BTB opätovne pýtali na upresnenia PR kampaní. Kampane prezentoval vedúci odd. PR Michal Foltýn. Podrobnejšie informácie o plánovaných kampaniach boli už P-BTB predložené na jeho minulom zasadnutí a tvoria prílohu zápisu, ktorý je zverejnený na webovom sídle BTB.

Uznesenie č. 3/07042016: P-BTB berie na vedomie informáciu o marketingových aktivitách BTB na apríl 2016.

Hlasovanie: Prítomní: 5, Za: 5, Proti: 0, Zdržal sa: 0,

Bod č. 4 Pravidlá podpory IC prevádzkovaných u komerčných subjektov

Predseda komory č. 2 Martin Volek v zmysle Uznesenia P-BTB č. 3/25012016 predložil predstavenstvu BTB na schválenie Pravidlá podpory IC prevádzkovaných u komerčných subjektov, ktoré boli vypracované v súčinnosti s členmi komory č. 2.

Uznesenie č. 4/07042016: P-BTB schvaľuje „Pravidlá podpory IC prevádzkovaných u komerčných subjektov“ po zapracovaní návrhov na zmeny a ukladá VR BTB zabezpečiť ich zverejnenie na webovom sídle BTB do 20.4.2016.

Hlasovanie: Prítomní: 5, Za: 5, Proti: 0, Zdržal sa: 0,

Bod č. 5 Diskusia o úprave stanov

P-BTB prerokuje na ďalšom zasadnutí P-BTB.

Bod č. 6 Informácia o príprave na IMEX Frankfurt

Informáciu členom P-BTB prezentovala vedúca MICE oddelenia Nina Erneker.

Uznesenie č. 5/07042016: P-BTB berie na vedomie informáciu o príprave BTB na IMEX Frankfurt 2016.

Hlasovanie: Prítomní: 5, Za: 5, Proti: 0, Zdržal sa: 0

Bod č. 7 Informácia o príprave zadania – komunikačná stratégia BTB a v rámci nej prieskum a riadené rozhovory ako podklad k vypracovaniu

P-BTB prerokuje na ďalšom zasadnutí P-BTB.



Bod č. 8 Strategické a kľúčové aktivity BTB pre rok 2016

Členovia P-BTB viedli krátku diskusiu k materiálom Strategické a kľúčové aktivity BTB pre rok 2016 Príloha č. 2., ktoré vychádzajú z plánu aktivít BTB a rozpočtu BTB na tento rok a boli schválené VZ BTB.

Uznesenie č. 6/07042016 P-BTB schvaľuje Strategické a kľúčové aktivity BTB pre rok 2016.

Hlasovanie: Prítomní: 5, Za: 5, Proti: 0, Zdržal sa: 0,

Bod č. 9 Účtovaná závierka kocr BRT za rok 2015

Materiál, ktorý obdržala PP-BTB z krajskej organizácie CR BRT bol zaslaný členom P-BTB pred zasadnutím.

Uznesenie č. 7/07042016 P-BTB berie na vedomie Účtovnú závierku kocr BRT za rok 2015.

Hlasovanie: Prítomní: 5, Za: 5, Proti: 0, Zdržal sa: 0,

Bod č. 10 Výročná správa kocr BRT za rok 2015

Materiál vid' Príloha č. 3., ktorý obdržala PP-BTB z krajskej organizácie CR BRT bol zaslaný členom P-BTB pred zasadnutím.

Uznesenie č. 8/07042016 P-BTB berie na vedomie Výročnú správu kocr BRT za rok 2015.

Hlasovanie: Prítomní: 5, Za: 5, Proti: 0, Zdržal sa: 0,

Bod č. 11 Informácia o ukončení členstva člena 2.komory

Členovia P-BTB boli informovaní o doručení žiadosti Mgr. Nikoly Rapčovej, sprievodkyne cestovného ruchu (2. komora), o ukončenie členstva v BTB (resp. oznámenia o vystúpení z BTB), z dôvodu zmeny formy podnikania (z FO-podnikateľ na s.r.o.).

Uznesenie č. 9/07042016 P-BTB berie na vedomie ukončenie členstva Mgr. Nikoly Rapčovej, ktorá bude zo zoznamu členov BTB vyškrtnutá. Je potrebné zabezpečiť aj jej výmaz z registra členov BTB na MDVRR SR – zodpovední Ing. Turan + JUDr. Kralovičová.

Hlasovanie: Prítomní: 5, Za: 5, Proti: 0, Zdržal sa: 0,

Bod č. 10 Rôzne

a) PP-BTB informovala členov P-BTB o stretnutí s riaditeľom BSK, MUDr. Valeriánom Potičným a výkonným riaditeľom kocr BRT, Lukášom Dobrockým. VZ BRT bude na svojom zasadnutí dňa 19.4.2016 ešte raz schvaľovať splátkový kalendár členského BTB do BRT za rok 2015 a odpustenie penále, nakoľko na minulom rokovaní neboli predložené podklady, chybou serveru BSK neboli VR BRT doručené maily a tak nie je istota, že sa do zápisu z VZ BRT zo 7.3. (ktorý sme ešte neobdržali) dostali správne dátumy a sumy splátkového kalendára. VR BRT prisľúbil poslať na BTB zoznam aktivít zabezpečujúcich propagáciu mesta Bratislava, ktoré budú z členského BTB financované, do dnešného dňa sa však tak nestalo.

b) Informácia – Martin Sloboda a regulácia zo strany mestskej časti Staré mesto, ktorá zakazuje umiestnenie stojanov na pouličný predaj pohľadníc. Soňa Svoreňová sa



informovala o situácii so zákazom stojanov na pohľadnice na mst.časti Staré mesto a zistila, že ide rozhodnutie starostu, ktoré starosta nemusí zdôvodňovať.

- c) Kľúčové produkty Bratislavy s potenciálom pre rozvoj CR. P-BTB prijalo Uznesením č. **7/24112015** Zásady posudzovania zmlúv o spolupráci a reklamnom plnení pre rok 2016. Tieto boli už zaslané viacerým žiadateľom o spoluprácu a spoluorganizáciu pri podujatiach, ako sú BKLaHS, BA Majáles, SlovakPressPhoto, Shakespeare slávnosti, BA Dunhill Festival, Culinary Days, Festival Divoká Voda, Biela noc,... Pokiaľ subjekty splnia podmienky P-BTB bude informované o forme a výške finančnej spolupráce BTB na uvedených produktoch CR.
- d) Predsedovia komôr BTB boli Uznesením č. 9/17022016 zaviazaní, aby informovali svojich členov o potrebe zasláť na BTB do konca apríla ponuku výletov a programov pre návštevníkov v anglickom jazyku, kde podmienkou zverenia je stanovenie jednoznačnej ceny za balík služieb.

Predseda predstavenstva: Ing. Alžbeta Melicharová _____

Podpredseda predstavenstva: Mgr. Peter Petrovič _____

Plán marketingovo – komunikačných aktivít (oddelenie
marketingu a eventov, PR a komunikácie a MICE)
apríl 2016

Materiál na rokovanie predstavenstva BTB 07.04.2016



1. WEB a aplikácia

Podpis zmluvy (so spoločnosťou Bonbon apps s.r.o.) na zabezpečenie nových funkcionalít a servis webovej stránky a mobilnej aplikácie.

10 000 EUR, položka 1.3

2. Press tripy a infocesty

Parciálna pomoc pri organizovaní nakrúcania najsledovanejšej egyptskej televízie Al Nahar, ktorá má záujem pricestovať do Bratislavy a natočiť Egyptskú cestovateľsko-komediálnu TV show.

Príprava press tripu pre Poľskú celoštátnu televíziu TVP3, ktorá pripraví 20 minútový dokument o Bratislave a okolí, ktorý bude odvysielaný v relácii Turystyczna Jazda. Press trip je plánovaná v spolupráci s KOCR BRT.

Príprava a zabezpečenie parciálnych častí infocesty pre mienkotvorných blogerov zo Španielska s cieľom osloviť čoraz väčšiu skupinu ľudí ktorí sa rozhodujú o svojej ďalšej dovolenke práve na základe referencií mienkotvorných blogerov.

Rokovanie o press tripe Ukrajinského vydavateľstva SEGODNYA newspaper.

Suma: do 2000 EUR, položka 4.1

3. Príprava tlačových správ na relevantné témy počas mesiaca apríl.(SK PRES, IMEX 2016,...)

4. Kontinuálna príprava komunikačnej kampane na rakúskom, nemeckom a belgickom trhu

Komplexná 2 mesačnú komunikačnú kampaň, ktorá bude zameraná na využitie aj online aj offline prostredia. Na rakúskom trhu budeme propagovať Bratislavu v regiónoch:Burgenland, Dolné Rakúsko, Horné Rakúsko, Steinmark, Kärnten a vo Viedni. V Nemecku a Belgicku sa zameriavame na hlavné mestá, ktoré majú priame letecké spojenie s Bratislavou. Témou kampane bude Like a King, pričom vychádzame už z vytvorených propagačných videí a fotografií. Kľúčovou témou bude „ENJOY LIKE A KING/QUEEN“ z ktorej budú odvodené dôležité a nosné témy pre cieľové skupiny – mladí, cca 20-30 (šport, hudba/párty) a generácia cca 40+ (gastro, umenie/kultúra).

Suma: dvojmesačná úhrnná suma do 90 000 EUR, položka 1.3

5. Spolupráca s webovým portálom zameraným na podujatia (citylife/ kamdomesta...)

Na základe vyhodnotenia VO pripravíme zmluvu s výhercom súťaže s ktorým budeme spolupracovať na zabezpečovaní pravidelného pridávania relevantných podujatí v 3 jazykových mutáciách. spolupráca je plánovaná na 1 rok.

Suma: ročná spolupráca max do 5000 eur, položka 3.1

6. Inzercia v prílohe denníka SME – Potulky po Slovensku

Propagácia Bratislavy a BCC karty v celoslovenskej prílohe denníka SME s názvom "Potulky po Slovensku". Príloha vychádza 15.6.2016 v tlačenom náklade 70.000 výtlačkov vo formáte A4 v predpokladanom stranovom rozsahu 80 a viac strán. Distribúcia je zabezpečená vkladáním do denníka SME. Rozsah inzercie je ½ strany + logo Bratislavy a web visitbratislava.com na úvodnej strane sekcie o Bratislave.

Suma: 600 Eur s DPH, položka 1.3

7. Dodávanie obsahu pre webvý portál www.bagoclassical.sk

Na základe vyhodnotenia VO sa podpísala zmluva s výhercom súťaže (Ing. Zuzana Godárová) s ktorým budeme spolupracovať na zabezpečovaní pravidelného pridávania obsahu na portál www.bagoclassical.sk v 3 jazykových mutáciách (podujatia, rozhovory, publicistické články)

Suma: 280 eur mesačne, položka 3.1

8. Inzercia vo vlakovom palubnom magazíne Leo Express 2016

Palubný magazín je súčasťou vlakov a autobusov spoločnosti Leo Express v 5 krajinách. V tomto roku je predpoklad že spoločnosť prepraví viac ako 1 500 000 pasažierov.

Cieľom je propagácia Bratislavy prostredníctvom krátkeho PR článku.

Suma: 885 EUR, položka 1.3

9. Výber a zazmluvnenie slovenského lifestyleového časopisu na podporu DCR

Cieľom je zvýšenie záujmu o hlavné mesto aj na domácom trhu, primárne spojené s pravidelnou propagáciou členskej základne, BCC karty, produktu Bratislava Goes Classical do konca roka 2016.

Suma: ročná spolupráca max do 24 000 eur, položka 1.3

10. Príprava propagácie produktu BCC

Cieľom je zvýšenie záujmu o hlavné mesto a produkt Bratislava City Card na domácom trhu. Máme záujem o propagáciu na všetkých vstupných bránach do hlavného mesta, propagáciu na letisku, v MHD.... Propagácia je plánovaná na mesiac máj/jún.

položka 3.1

11. Inzercia a dodanie publikácie BRATISLAVA – sprievodca regiónom

Daná publikácia bude súčasťou ponuky TIC, kde bude rozdávaný ako komplexný sprievodca pre návštevníkov. Distribúciu je taktiež zabezpečená na relevantných miestach pre návštevníkov. (hotely, Letisko, SACR, ŽSSK, NDS infopoint...). V publikácii chceme odporovať naše produkty (BCC, APP, BAGOCCLASS).

Suma: príprava dohody s plnením max do 5 000 eur, položka 1.1

12. Zabezpečenie/zakúpenie fotografií na pripravované kampane

Ku všetkým pripraveným výstupom potrebujeme kvalitné a profesionálne fotografie k jednotlivým témam vrátane MICE (čelí aktuálne nedostatku profilových fotografií, 99% z aktuálnych fotiek sú leisure charakteru)

Suma: max do 4 000 eur, položka 1.3

13. Príprava produktových brožúr: zadání pre autorské spracovanie textov a dodanie fotografií
marec, apríl: Rodiny s deťmi, Šport, Gastro, pivárne, malý sprievodca BA
Suma: 9 000 EUR, položka: 1.1.1, 1,1,2

14. Informačno-navigačné systémy: marec – jún - Prieskum trhu na grafický návrh, výrobu a inštaláciu 2 ks podsvietených „i“ na budovu TIC na Klobučnickej ulici 2, zabezpečenie realizácie vyššie uvedených prác. Katalogizácia existujúceho značenia v meste – minimerovníky a citylighty – návrh na repasáciu a doplnenie v spolupráci so Slovenskou spoločnosťou sprievodcov CR, výmena mapových podkladov v citylightoch, postúpenie návrhu na Magistrát hl. mesta SR za účelom odkomunikovania a realizácie spoločnosťou J.C.Decaux. Kapitoly: 1.1.1., 1.4.3., 2..1.1, 5,1.1.

15. Kooperácia so ŽSR, ZSSK, Slovak lines - príprava informačných centier k SK PRES, zámerom je zriadenie infopointov na prístupových bodoch v čase predsedníctva, tiež odpromovanie produktov ako BCC, webového portálu a pod. v priestoroch vstupných bodov

16. Príprava projektovej dokumentácie VO, k informačno – dotyková obrazovka, do TIC -u,+ infopointy, vlaková stanica BA – Petržalka, Infocentrum Hlavná stanica ai
Kapitoly: 2.1.3, 5.1.2, 5.1.3 ,cca cca 20 000EUR

17. Príprava VO , merkantil , info pulty, prezentačné steny, stánky, zabezpečenie a administratívne spracovanie VO, slúžiace na zabezpečenie prezentačných materiálov, stánku, pultov a stojanov pre potreby BTB. Kapitoly: 1.4.1

18. Príprava tematického spotu k podpore predaja BCC/ produkt BTB/ ,

kapitola :1.1.5, cena cca 2 000 EUR:

19. Potvrdenie účasti a začiatok kooperácie s KOOCR na spoločnej prezentácii destinácie v nemeckom ULME/ DONAUFEST / realizácia Júl 2016, kapitola: 1.2.4

20. Príprava účasti a samotná účasť BTB na veľtrhu zameraných na kongresový cestovný ruch v kooperácii so Sool Nua, IMEX Frankfurt / Nemecko , 19.-21.4. 2016
suma: cca 5000 EUR, položka 1.2.3

21. Launch digitálnej kampane v súvislosti s veľtrhom IMEX –

Realizácia digitálnej kampane na cieľovú skupinu MICE smerom na IMEX, v zmysle Zmluvy o realizácii digitálnej marketingovej kampane.

Suma: do 5000 EUR, položky 1.3.3 a 1.3.5

22. úprava prezentačných materiálov súvislosti s veľtrhom IMEX, update webu www.bratislavacvb.com – v zmysle jestvujúcej / negociovanej zmluvy s Bonbonapps

Update brožúry MICE, objednávky na základe vlastníctva autorských práv (1.1.2),

tlač v rámci VO

23. účasť na workshope Paul Kennedy v spolupráci s SCB, prezentácia čiastkových výstupov z kontraktu SoolNua.

Účasť pre členov je grátis. Sprievodné náklady (obed pre 3 pax, parkovanie...)

24. príprava programu a pozývacieho procesu na MICE Fam Trip v auguste, grafické spracovanie programu a pozvánky na Fam trip

Schvaľovací proces a selekcia buyerov pre účely naštartovania pozývacieho procesu...

Grafické práce vysúťaženého grafika

25. Priprava a textová edície: vyúčtovanie dotácie za rok 2015 (odovzdanie do 10.4.)// vecné vyhodnotenie: Morong, účtovné vyhodnotenie: Turan



**SPRÁVA O ČINNOSTI KRAJSKEJ ORGANIZÁCIE CESTOVNÉHO
RUCHU BRATISLAVA REGION TOURISM 2015**



OBSAH

Základné informácie	3
ÚVOD	4
1. Marketing a propagácia.....	9
1.1. Edičná a video tvorba	9
1.2. Výstavy, veľtrhy cestovného ruchu a prezentácie.....	11
1.3. PR A TURISTICKÝ INFORMAČNÝ SYSTÉM, KOMUNIKAČNÉ NÁSTROJE.....	13
1.4. Podpora predaja a propagačné nástroje	17
2. Tvorba a podpora produktov cestovného ruchu.....	18
3. Podpora atraktivít danej lokality	25
4. Infraštruktúra cestovného ruchu.....	26
5. Zabezpečenie strategických, koncepčných a analytických materiálov a dokumentov, štatistík, a prieskumov	27
6. Vzdelávacie aktivity (aktivity, workshopy a študijné cesty).....	28
7. Iné aktivity BRT	29
8. Rozpočet, jeho čerpanie a popis výdavkov na aktivity	29
9. Financovanie kocr a bilancia výdavkov na aktivity	31



ZÁKLADNÉ INFORMÁCIE

Názov organizácie: Turizmus regiónu Bratislava / Bratislava Region Tourism

Sídlo: Sabinovská 16, 820 05 Bratislava

Členovia: Bratislavský samosprávny kraj
Bratislavská organizácia cestovného ruchu
OOCR Región Senec
OOCR Malé Karpaty

Typ organizácie: Krajská organizácia cestovného ruchu / n.o.

Štatutárny zástupca: RNDr. Martin Zaťovič, predseda krajskej organizácie

Výkonný riaditeľ: **Lukáš Dobrocký**
Tel: +421 910 839 120
email: lukas.dobrocky@region-bsk.sk

Oddelenie marketingu: Tel: +421 (0)2 431 91 692

Mgr. Andrea Ambrózy
oddelenie marketingu a eventov
mobil: +421 948 709 049
email: andrea.ambrozy@gob.sk

Ing. Mária Jaseňáková
oddelenie marketingu a eventov
mobil: + 421 948 603 119
email: maria.jasenakova@gob.sk

Mgr. Monika Marčáková
oddelenie marketingu a eventov
mobil: + 421 948 611 671
email: monika.marcakova@gob.sk



Mgr. Ondrej Bednár

oddelenie marketingu a eventov
mobil: + 421 (0)2 431 91 692
email: ondrej.bednar@gob.sk

Ing. Agáta Mikulová

oddelenie marketingu a eventov
mobil: +421 903 482 938
email: agata.mikulova@gob.sk

Odd. PR a komunikácie:

Tel: +421 (0)2 431 91 685

Mgr. Matúš Lajčák

oddelenie PR a komunikácie
mobil:+421 911 855 760
email: matus.lajcak@gob.sk

Mgr. Petra Kotúčková

Odelenie PR a komunikácie
mobil: +421 948 603 842
email: petra.kotuckova@gob.sk

Internetové stránky:

www.tourismbratislava.com
www.gob.sk
www.facebook.com/BratislavaRegionTourism

ÚVOD

Krajská organizácia cestovného ruchu Turizmus regiónu Bratislava/Bratislava Region Tourism (ďalej len „BRT“) je organizáciou destinačného manažmentu, hospodáriaca ako nezisková organizácia. Bola založená Zakladateľskou zmluvou uzatvorenou dňa 13.2.2012 podľa §9 zákona č. 91/2010 Z.z. o podpore cestovného ruchu v znení neskorších právnych predpisov medzi zakladateľmi Bratislavským samosprávnym krajom a Oblastnou organizáciou cestovného ruchu Bratislava Tourist Board. Je registrovaná v Registri organizácií cestovného ruchu vedeného Ministerstvom

dopravy, výstavby a regionálneho rozvoja Slovenskej republiky (ďalej „MDVaRR SR“) pod spisovým číslom 08557/2012/SCR. Rok 2015 predstavoval pre BRT 4. rok svojej existencie od jej založenia. V roku 2015 sa riadne zasadnutie valného zhromaždenia členov BRT uskutočnilo 5 krát a to nasledovne: 9. marca 2015, 16. apríla, 2. júna, 18. a 29. decembra 2015. Koncom roka 2015 požiadala o členstvo v KOČR aj OOCR Malé Karpaty, ktorá sa stala právoplatným členom 29. decembra 2015. Na valnom zhromaždení, ktoré sa uskutočnilo 16. apríla 2015 došlo k personálnej zmene na poste výkonného riaditeľa BRT, novozvoleným výkonným riaditeľom sa stal Lukáš Dobrocký. Krajská organizácia mala ku dňu 31. decembra 2015 v trvalom pracovnom pomere 7 zamestnancov. Nenárokovateľná dotácia od MDVaRR predstavovala v roku sumu vo výške 260 000 €. Krajská organizácia na základe zákona č. 91/2010 Z.z. o podpore cestovného ruchu vytvárala adekvátne podmienky na rozvoj cestovného ruchu na území kraja a chránila záujmy svojich členov. Na základe jej určených práv a povinností daných zákonom vykonávala aj aktivity v roku 2015, ktoré boli v súlade s prioritami stanovenými v žiadosti o poskytnutie dotácie na podporu projektov rozvoja cestovného ruchu na rok 2015. Činnosť organizácie bola zameraná primárne na realizáciu marketingových a PR aktivít, spoluorganizovanie infociest, prezentácia a participácia na zahraničných výstavách a veľtrhoch a iné. Prínosná bola účasť organizácie na medzinárodných veľtrhoch v roku 2015 v Bratislave (ITF SlovakiaTour), Viedni (Ferien-Messe Wien), Prahe (Holiday World), Berlíne (ITB Berlín), Frankfurtu (IMEX Frankfurt), Londýne (WTM London) a Barcelone (IBT World Barcelona). Medzi prioritné oblasti podpory cestovného ruchu patrí aj organizovanie a spoluorganizovanie podujatí, ktoré majú nadregionálny dosah a význam. BRT participuje na organizovaní významných eventov a akcií v regióne, ktoré sú zamerané na kultúru, šport, históriu, aktívne trávenie voľného času, umenie a remeslá ale aj gastronómiu a vinárstvo.

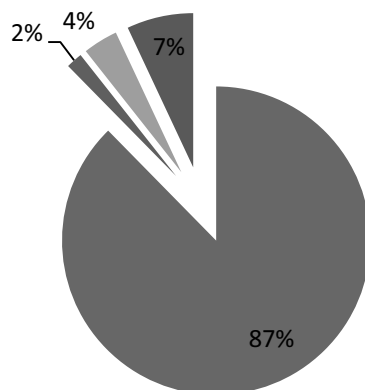
Štatistické údaje

Krajská organizácia Bratislava Region Tourism vyhodnocuje údaje o vývoji návštevnosti poskytnuté Štatistickým úradom SR. V roku 2015 nastal podľa dosiaľ aktuálnych štatistík za 1. – 3. štvrťrok výrazný nárast v počte návštevníkov v ubytovacích zariadeniach, ako aj celkových tržieb v bratislavskom regióne. Podľa uvedených štatistík navštívilo bratislavský región celkovo 881 105 návštevníkov, čo predstavuje nárast o 24,5 % oproti referenčnému obdobiu roku 2014. Rast 26 % pozorujeme aj pri počte prenocovaní v regióne.

Počet návštevníkov v ubyt. zariadeniach					
	1.-3. štvrťrok 2015	1.-3. štvrťrok 2014	Zmena v % (1.-3. štvrťrok 2015 vs. 1.-3. štvrťrok 2014)	1.-3. štvrťrok 2013	Zmena v % (1.-3. štvrťrok 2014 vs. 1.-3. štvrťrok 2013)
Počet návštevníkov v ubyt. zariadeniach	Počet návštevníkov celkom				
Bratislavský kraj celkom	881 105	707 697	24,5%	811 654	-12,8%
Bratislava I	426 213	307 608	38,6%	377 733	-18,6%
Bratislava II	225 524	208 813	8,0%	227 303	-8,1%
Bratislava III	79 930	59 319	34,7%	60 967	-2,7%
Bratislava IV	27 909	26 479	5,4%	23 835	11,1%
Bratislava V	20 535	20 566	-0,2%	22 937	-10,3%
BRATISLAVA CELKOM	780 111	622 785	25,3%	712 775	-12,6%
okres Malacky	13 304	13 830	-3,8%	13 256	4,3%
okres Pezinok	38 193	31 992	19,4%	31 919	0,2%
okres Senec	49 497	39 090	26,6%	53 704	-27,2%

Počet návštevníkov v Bratislavskom regióne 1. - 3. štvrťrok 2015

■ BRATISLAVA CELKOM ■ okres Malacky ■ okres Pezinok ■ okres Senec



Najväčší podiel návštevníkov regiónu tvoria návštevníci hlavného mesta (87 %), zvyšných 13 % tvoria návštevníci subregiónov Podunajsko (7 %), Malokarpatská oblasť (4 %) a Záhorie (2 %). Z hľadiska dynamiky návštevnosti v subregiónoch kraja si všímame najvyšší rast počtu návštevníkov v Podunajskom subregióne +26,6 % oproti predchádzajúcemu referenčnému obdobiu. Tento nárast je ešte zjavnejší pri celkovom počte prenocovaní (+41,4 %).

Pozitívne trendy pozorujeme aj pri návštevnosti a prenocovaniach v Malokarpatskej oblasti (+19,4 % návštevníci, +24,7 % prenocovania).

Naopak degresívny trend sledujeme v subregióne Záhorie, kde oproti predchádzajúcemu roku nastal pokles počtu návštevníkov (-3,8 %) a počet prenocovaní klesol (-0,9 %).

Štatistiky počtu prenocovaní v ubytovacích zariadeniach podľa krajiny trvalého pobytu ukazujú, že v 1.-3. štvrťroku roku 2015 bol v bratislavskom regióne až 31,7 % nárast zahraničných návštevníkov oproti referenčnému obdobiu roku 2014.

Spomedzi zahraničných návštevníkov mala najväčšie zastúpenie Česká republika, nasledovaná Nemeckom, Spojeným Kráľovstvom, Poľskom, Rakúskom a Talianskom. Najväčšie prírastky prenocovaní v z 1.-3. štvrťroku boli zaznamenané pri návštevníkoch zo Spojeného Kráľovstva (+55,3 %) a Spojených štátov amerických (+37,5 %). Nárast tiež evidujeme u návštevníkov z Nemecka (+27,9 %).

Počet prenocovaní v ubyt. zariadeniach podľa krajiny trvalého pobytu

Poradie	1.-3.štvrťrok 2015						1.-3.štvrťrok 2014						1.-3.štvrťrok 2013					
	Poradie krajín 1.-3. štvrťrok 2015	Počet ubyt. návštevníkov v	Priemerný počet prenocovaní	% podiel na celkovom počte ubyt. návšt.	% podiel na počte ubyt. zahr. návšt.	Zmena v % (1.-3. štvrťrok 2015 vs. 1.-3. štvrťrok 2014)	Poradie krajín 1.-3. štvrťrok 2014	Počet prenocovaní	Priemerný počet prenocovaní	% podiel na celkovom počte prenocovaní	% podiel na počte prenocovaní zahr. návšt.	Zmena v % (1.-3. štvrťrok 2014 vs. 1.-3. štvrťrok 2013)	Poradie krajín 1.-3. štvrťrok 2013	Počet prenocovaní	Priemerný počet prenocovaní	% podiel na celkovom počte prenocovaní	% podiel na počte prenocovaní zahr. návšt.	Zmena v %
Σ	BSK	1 941 254	2,2	x	x	26,0%	BSK	1 540 731	2,2	x	x	-8,7%	BSK	1 687 347	2,1	x	x	11,4%
	z toho ZAHRANIČNÍ	1 060 392	1,8	54,6%	x	31,7%	z toho ZAHRANIČNÍ	805 167	1,8	52,3	x	-12,4%	z toho ZAHRANIČNÍ	918 733	1,7	54,4	x	10,9%
1.	Slovenská republika	880 862	2,9	45,4%	x	19,8%	Slovensko	735 564	2,9	47,7	x	-4,3%	Slovensko	768 614	2,7	45,5	x	11,9%
2.	Česká republika	172 003	1,9	8,9%	16,2%	17,9%	Česká republika	145 834	1,9	9,5	18,1	-9,1%	Česká republika	160 515	1,9	9,5	17,5	-2,0%
3.	Nemecko	110 007	1,8	5,7%	10,4%	27,9%	Nemecko	86 004	1,7	5,6	10,7	-10,2%	Nemecko	95 755	1,7	5,7	10,4	20,9%
4.	Spojené kráľovstvo	65 888	1,9	3,4%	6,2%	55,3%	Poľsko	52 987	1,7	3,4	6,6	2,9%	Spojené kráľovstvo	53 288	1,8	3,1	5,8	UK 9,5%
5.	Poľsko	56 190	1,7	2,9%	5,3%	6,0%	Rakúsko	45 007	1,6	2,9	5,6	0,1%	Poľsko	51 514	1,7	3,0	5,6	Poľ 0,4%
6.	Rakúsko	55 069	1,5	2,8%	5,2%	22,4%	Taliansko	43 452	1,7	2,8	5,4	-8,4%	Taliansko	47 438	1,7	2,8	5,2	9,5%
7.	Taliansko	51 486	1,7	2,7%	4,9%	18,5%	Spojené kráľovstvo	42 423	1,8	2,8	5,3	-20,4%	Rakúsko	44 979	1,5	2,7	4,9	15,0%
8.	Spojené štáty americké	37 975	1,7	2,0%	3,6%	37,5%	Rusko	28 460	2,1	1,8	3,5	-16,0%	Ukrajina	37 031	2,0	2,2	4,0	Ukr 167,2%
9.	Ostatné ázijské štáty	29 393	2,3	1,5%	2,8%	n	USA	27 627	1,7	1,8	3,4	-20,2%	USA	34 608	1,6	2,0	3,8	19,1%
10.	Francúzsko	29 130	1,7	1,5%	2,7%	26,0%	Ukrajina	23 569	2,0	1,5	2,9	-36,4%	Rusko	33 862	1,9	2,0	3,7	35,6%
11.	Ukrajina	27 528	2,449546183	1,4%	2,6%	16,8%	Francúzsko	23 120	1,6	1,5	2,9	-24,4%	Francúzsko	30 544	1,7	1,8	3,3	4,6%

V súvislosti s nárastom počtu návštevníkov a počtu prenocovaní je evidentný aj nárast tržieb ubytovacích zariadení (+26,6 %).

Tržby ubytovacích zariadení v Bratislavskom kraji v 1.-3. štvrťroku 2015 v porovnaní s 1.-3. štvrťrokom 2014 a 2013

	1.-3. štvrťrok 2015	1.-3. štvrťrok 2014	Zmena v % (1.-3. štvrťrok 2015 vs. 1.-3. štvrťrok 2014)	1.-3. štvrťrok 2013	Zmena v % (1.-3. štvrťrok 2015 vs. 1.-3. štvrťrok 2013)	1.-3. štvrťrok 2015	1.-3. štvrťrok 2014	Zmena v % (1.-3. štvrťrok 2015 vs. 1.-3. štvrťrok 2014)	1.-3. štvrťrok 2013	Zmena v % (1.-3. štvrťrok 2015 vs. 1.-3. štvrťrok 2013)	1.-3. štvrťrok 2015	1.-3. štvrťrok 2014	Zmena v % (1.-3. štvrťrok 2015 vs. 1.-3. štvrťrok 2014)	1.-3. štvrťrok 2013	Zmena v % (1.-3. štvrťrok 2015 vs. 1.-3. štvrťrok 2013)
Tržby ubyt. zariadení	Tržby ubyt. zariadení celkom					→ z toho domáci návštevníci					→ z toho zahraniční návštevníci				
BSK celkom	58 726 985	46 396 561	26,6	58 677 459	0,1	18 252 801	13 843 231	31,9	16 174 246	12,9	40 474 184	32 553 330	24,3	42 503 213	-4,8

V termíne tvorby Správy o činnosti za rok 2015 ešte neboli dostupné celoročné štatistiky pre kraje Slovenska. Po zverejnení celoročných štatistík Štatistickým úradom SR budú nové dáta zakomponované do výročnej správy BRT.

1. MARKETING A PROPAGÁCIA

1.1. Edičná a video tvorba

V rámci edičnej tvorby pokračovala BRT v tlači tematických brožúr (Gastro, History, Relax, TOP 42...) ako aj prípravou nových tlačených materiálov. Brožúra History poskytuje návštevníkom zaujímavé informácie o dôležitých kultúrnych cieľoch v Bratislavskom regióne, v kontexte historických udalostí, ktoré sa k jednotlivým cieľom viažu. Brožúra Relax sa zameriava na možnosti trávenia voľného času v regióne, najmä na športovo-rekreačné aktivity. Brožúra Gastro približuje gastronomické špeciality typické pre Bratislavský región. Brožúra s mapou Top 42 sumarizuje 42 najvýznamnejších atraktivít regiónu a poskytuje dôležité informácie z hľadiska možnosti ich návštevy (kontaktné údaje, otváracie hodiny, GPS súradnice a pod.)

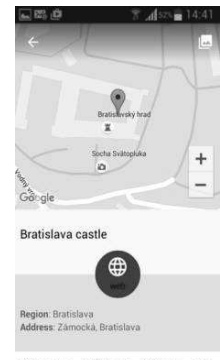
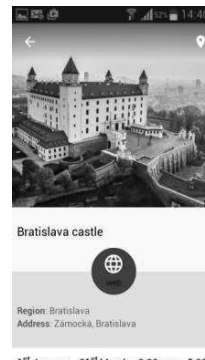
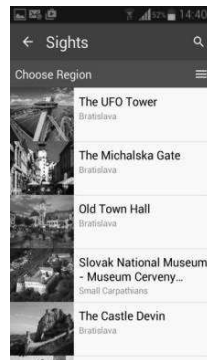
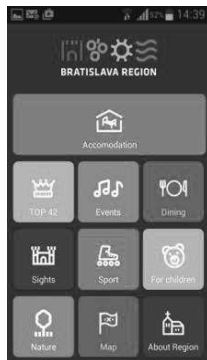
Brožúry sú k dispozícii v desiatich jazykových mutáciách SK/EN; DE/HU; PL/RUS; IT/FR; E/SH. Koncom roka 2015 pripravila BRT v rámci svojej edičnej tvorby novú brožúru s názvom Top 42 podujatí v regióne, ktorá má návštevníkom regiónu priblížiť bohatú programovú ponuku podujatí plánovaných v roku 2016. Brožúra bude tlačená až v roku 2016 pre potreby veľtrhov a rôznych podujatí. V roku 2015 BRT vydala viacero tematických brožúr v celkovom náklade 40 200 ks v rôznych jazykových mutáciách.

V roku 2015 sa BRT spolupodieľala na tvorbe dokumentu BIKESLAVA, ktorý sa venuje horskej cyklistike v bratislavskom regióne. V rámci dokumentu BRT obdržala 2 krátke video spoty v dĺžke 30 a 90 sekúnd, ktoré využíva na aktívnu prezentáciu cyklistických atraktivít doma i v zahraničí. Počas leta BRT natočila tematické video „Living the life“ v celkovej dĺžke 2:29 sekúnd (autor text Viktor Hazard, autor hudby Michal Biely). Ambíciou videa bolo natočiť videoklip plný adrenalínovej zábavy/zážitkov, ktorá bude prezentovať to najlepšie z Bratislavského regiónu. Klip bol súčasťou kampane doma aj v zahraničí a jeho prioritou bolo oboznámiť návštevníka s ponukou

a možnosťami trávenia voľného času v Bratislavskom regióne. Po kampani sa pieseň ponúkala do databázy piesní pre médiá (TV, rádio) aktívne promovala región aj na letných festival 2015 s cieľom prezentovať atraktívnu adrenalínovú turistickú ponuku určenú mladej a dynamickej klientele a tým posilniť imidž bratislavského regiónu. Viac o klipe „Living the life“ v kapitole 1.3. PR a turistický informačný systém, komunikačné nástroje.



V rámci edičnej tvorby mala BRT v pláne vytvoriť sprievodcu hotelových zariadení bratislavského regiónu. Z toho dôvodu BRT začala pracovať na vývoji mobilnej aplikácie, ktorej hlavnou úlohou bude ponúkať možnosti ubytovania, navyše bude slúžiť ako kompletný sprievodca po bratislavskom regióne. Súčasným svetovým trendom je využívanie mobilných aplikácií v širokej miere užívateľmi mobilných tzv. smart zariadení. Na základe štúdie U&A study z roku 2014 je potvrdené, že až 51 % užívateľov sa pripája k internetu prostredníctvom svojho mobilného zariadenia. Štatistika potvrdzuje že 51 % užívateľov používa svoje zariadenie na vyhľadávanie turistických informácií o danej lokalite, navigácie a pod. Účelom aplikácie je adaptácia webového obsahu destinačnej stránky www.gob.sk a zmenu a prispôsobenie jeho formy určenej pre mobilné zariadenia užívateľov. Aplikácia v spojení s destinačným portálom podporuje udržanie jednotnej vizuálnej a obsahovej koncepcie stránky www.gob.sk.



1.2. Výstavy, veľtrhy cestovného ruchu a prezentácie

V roku 2015 sa Bratislava Region Tourism zúčastnila viacerých významných veľtrhov v cestovnom ruchu v kooperácii a spolupráci so Slovenskou agentúrou pre cestovný ruch (SACR), ako aj oblastnou organizáciou Bratislava Tourist Board, s ktorou pripravila tri expozície. Na veľtrhu cestovného ruchu Ferien Messe, Holiday World a ITF Slovakia predstavili vlastnú expozíciu, ktorá ponúkala návštevníkom veľtrhu okrem informácií, zaujímavostí, kultúrny program, hudobné vystúpenia a ochutnávku regionálnych vín. Úlohou účasti na veľtrhoch je promovanie produktu destinačného manažmentu a širokej ponuky bratislavského regiónu. Veľtrhy cestovného ruchu sú dôležitou platformou na vytváranie kontaktov so zástupcami médií a získavanie prehľadu o nových možnostiach propagácie regiónu, ktoré budú atraktívne a pútavé pre návštevníkov.

BRT sa v roku 2015 prezentovala na medzinárodných veľtrhoch cestovného ruchu:

Ferien Messe Wien / 15. – 18. januára 2015 / BRT a BTB expozícia

ITF Slovakia / 29. januára – 2. februára 2015 / BRT a BTB expozícia

Holiday World Praha / 17.- 22. februára 2015 / BRT a BTB expozícia

Utazás Budapešť / 26. februára – 1. marca 2015 / expozícia SACR

ITB Berlín / 4. – 8. marca 2015 / expozícia SACR

IMEX Frankfurt / 19. – 21. apríla 2015 / expozícia SACR

WTM Londýn 2. – 5. novembra 2015 / expozícia SACR

EIBTM Barcelona / 17. – 19. novembra 2015 / expozícia SACR

Iné výstavy, veľtrhy a prezentácie

Krajská organizácia cestovného ruchu Bratislava Region Tourism prezentovala turistickú ponuku regiónu a vlastnú činnosť manažmentu destinácie prostredníctvom rôznych podujatí (športové a kultúrne eventy, konferencie, súťaže).

Dôležitou formou prezentácie bola „Roadshow BRT“ v rámci ktorej sme navštívili viaceré turisticky obľúbené spoločenské podujatia, na ktorých informovala v svojom prezentačnom stánku návštevníkov o možnostiach trávenia voľného času v bratislavskom regióne. „Roadshow“ BRT:

- Jahodová Nitra / 6. júna 2015
- Bažant Pohoda / 9. – 11. júla 2015 (Súčasťou interaktívnej prezentácie na stánku BRT bola ponuka pre návštevníkov odfoťiť sa v raftovom člne. Pomocou fotomontáže sa vytvorila fotografia s ilúziou partie raftujúcej v rozbúrených vlnách Divokej Vody v Čunove. Fotografie boli zdieľané prostredníctvom FB, čo multiplikovalo celkový efekt tejto prezentácie regiónu).
- Jánošíkove dni v Terchovej / 30. júla - 2. augusta 2015
- SIAF Letecké dni v Sliachi / 29. – 30. augusta 2015 (Súčasťou interaktívnej prezentácie na stánku BRT bola ponuka pre návštevníkov odfoťiť sa v koši z lietajúceho balóna. Pomocou fotomontáže sa vytvorili fotografie znázorňujúce prelet teplovzdušným balónom ponad Bratislavou s výhľadom na Bratislavský hrad a Dóm sv. Martina).
- Slávnosti vína v Košiciach / 10. – 12. septembra 2015
- Skalické dni 2015 / 19. – 20. septembra 2015

Okrem „Roadshow“ sa BRT prezentovala na nasledovných konferenciách a infostánkoch:

- SARIO, Slovenská kooperačná burza 2015 / 10. novembra, Bratislava
- Turistické informačné centrum (TIK) Klobučnícka (Bratislava), Letisko Bratislava, TIK DNV, Slovenský inštitút vo Viedni a ad hoc podujatí.

- Prezentačný priestor v Infocentre Gate to Bratislava vo Viedni (prístav TwinCity Liner) – riečne prepojenie Viedne a Bratislavy /august – december 2015
- Prezentácia KOBR Bratislava Region Tourism pri príležitosti slávnostnej akadémie udeľovania cien Re Enzo v talianskej Bologni / 14. marca 2015
- Propagačné videá (Discover, Enjoy) počas zápasov hokejového klubu Slovan v KHL (november – december 2015)
- EXPO Miláno / 19. – 21- mája 2015

1.3. PR A TURISTICKÝ INFORMAČNÝ SYSTÉM, KOMUNIKAČNÉ NÁSTROJE

Bratislava Region Tourism v rámci prezentácie destinácie zabezpečuje viacero PR aktivít na domácom a zahraničnom trhu. Hlavným komunikačným nástrojom je prevádzkovanie turistického webportálu (www.tourismbratislava a www.gob.sk) a fan page na sociálnej sieti Facebook BRT, prostredníctvom ktorých sú realizované jednotlivé ciele platenej PR kampane. Tie zahŕňajú aj inzercie v printových a elektronických médiách, rádiu a na ďalších sociálnych sieťach.

Cieľové skupiny:

- Mladí ľudia, športovo založení návštevníci
- Rodiny s deťmi
- Seniori
- Obchodní cestujúci, podnikatelia
- Návštevníci obľubujúci kultúrne podujatia
- Zástupcovia médií
- Školské výlety

Printové médiá

Jednou z foriem propagácie je uverejňovanie článkov o zaujímavostiach, podujatiach a možnostiach aktívneho trávenia voľného času v bratislavskom regióne v tematicky orientovaných printových médiách. V spolupráci s vydavateľstvom STAR PRODUCTION bolo publikovaných v týždenníku Slovenka a mesačníkoch Slovenka – Zdravie rodiny a La Femme celkovo 19 inzertných článkov na podporu ponuky a propagáciu zaujímavostí destinácie a podujatí Župnej jesene.

Ďalší mediálny priestor bol využitý v publikáciách Potulky po Slovensku (príloha SME), Cestovateľský lexikón, Slovak Spectator, Maľovaná cyklomapa Záhoria a TOP 60 slovenských vín 2015.

Na propagáciu vlastných a partnerských podujatí využívame o.i. digitálne médiá. Projekty FARM FEST, Župná jeseň a Objavuj poklady bratislavského regiónu boli promované na Rádiu Slovensko vo forme 30 -sekundových spotov v atraktívnych vysielacích časoch a tiež prostredníctvom webbanerovej kampane s presným cíelením na potenciálnych návštevníkov. K týmto projektom bola vytvorená samostatná web stránka (www.farmfest.sk, www.objavujpoklady.sk, www.zupnajesen.sk) za účelom prehľadného poskytovania informácií a zvýšenia záujmu o podujatia. Prostredníctvom kampane Župná jeseň vzrástol počet návštevníkov webovovej stránky www.gob.sk o 9 000.

V rámci dostupných komunikačných ciest propagovala BRT všetky vlastné a partnerské podujatia (napr. Škoda Bike Open Tour, Korunovačné slávnosti, Waves festival, Viva Musica!) prostredníctvom online a offline kampaní. Na základe priameho partnerského zapojenia sa do týchto podujatí, zabezpečila aj intenzívnu komunikačnú kampaň prostredníctvom sociálnej siete Facebook a Google Adwords.

Ďalšími marketingovými nástrojmi, ktoré využívame je tlačová správa a newsletter. Tlačové správy rozposielame so zámerom informovať verejnosť o každom projekte taktiež v týždňových intervaloch informujeme médiá prostredníctvom newslettera o ponuke víkendových podujatí. Newsletter je pravidelne odoslaný na databázu približne 1000 kontaktov.

Video propagácia

BRT si v súvislosti s propagáciou regiónu vytvára vlastné video-produkty. V rámci prezentácie horskej cyklistiky vznikli klipy RIDE 90 a RIDE 30. Na mieru bol vyrobený aj špeciálny letný tematický videospot „leto v bratislavskom regióne“ Living the life (autor hudby Viktor Hazard, autor textu Michal Biely). Tento hudobný videoklip promovalo rádio Europa 2 nielen vo vysielaní, ale aj prostredníctvom fan page na Facebook-u. Video „Living the life“ malo na stránke Youtube do konca roka 2015 vyše 72 778 zhliadnutí a 283 zdieľaní. Na Facebookovej stránke „Turizmus regiónu Bratislava“ mal videoklip 117 620 zhliadnutí a 643 „likov“. BRT aktívne využíva možnosti prezentovania svojich tematických propagačných videí počas podujatí, prezentácií, výstav a iných eventov. Zároveň podporujeme sledovanosť relevantnej videotvorby na sociálnej sieti youtube.com.

Fotosúťaž / 1. apríla – 15. mája 2015

Cieľom tretieho ročníka fotosúťaže Život v Bratislavskom regióne s témou Chránime životné prostredie, bolo zachytiť nielen to pekné a rozprávkové, ale aj zanedbané miesta v kraji. Do súťaže bolo prihlásených 379 fotografií, z ktorých porotcovia vybrali troch víťazov a ďalšiu dvadsiatku fotiek, ktorá sa stala súčasťou putovného filmového festivalu Ekotopfilm Envirofilm po celom Slovensku.

Prokop 2015 / 5. októbra 2015

BRT sa v roku 2015 prihlásila do prestížnej súťaže najlepších PR projektov PROKOP 2015, ktorú vyhlasuje Asociácia public relations Slovenskej republiky s kampaňou „Objavuj poklady bratislavského regiónu 2014“ za ktorú v kategórii Regional Community Relations získala 3. miesto.

Produkt partnerských prevádzok značka kvality

V záujme podpory overených prevádzkovateľov reštaurácií, poskytujúcich husacie hody v Slovenskom Grobe, vytvoril BRT špecifický produkt (značku) – nálepku s jesenným BRT logom.

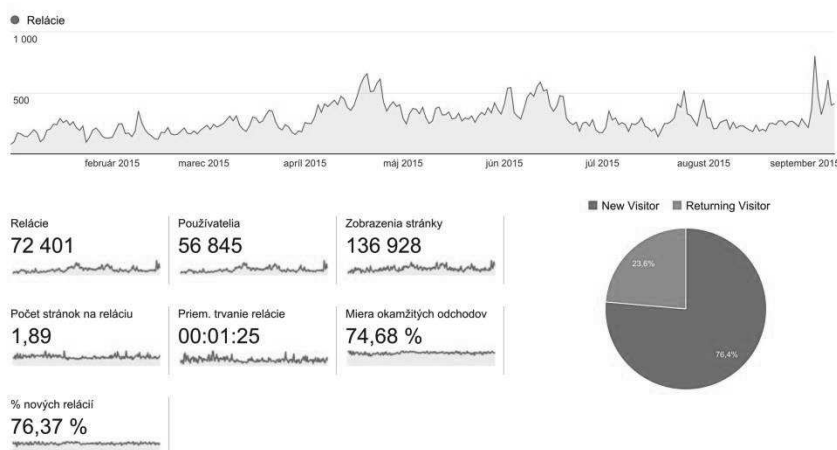
Značenie prevádzok Cechu husacínárov, ktoré BRT odporúča. V budúcnosti má BRT zámer vypracovať certifikovanú značku kvality, ktorou by označovala všetky partnerské zariadenia.

Analýza webového portálu a facebooku

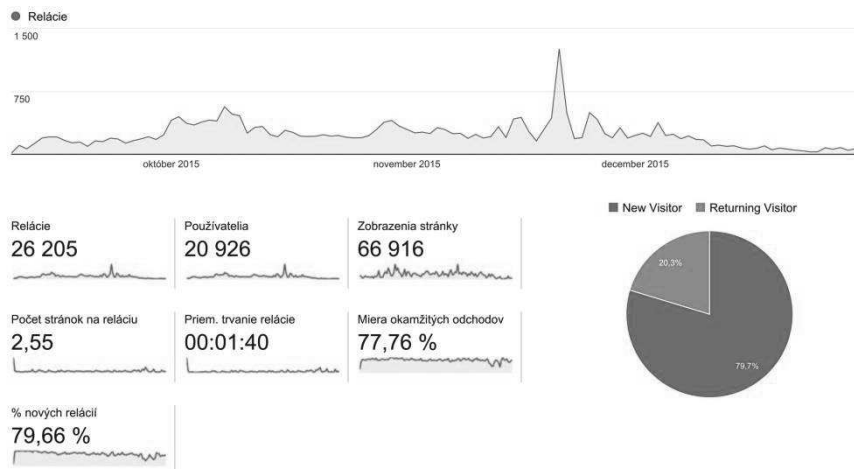
Krajská organizácia cestovného ruchu Bratislava Region Tourism využívala do septembra 2015 ako hlavné webové sídlo www.tourismbratislava.com. Od septembra začala využívať sídlo www.gob.sk, ktoré ponúka návštevníkom ucelenejšiu štruktúru, bohatší obsah a poskytuje modernejšie platformy na rozvoj cestovného ruchu. Webová stránka ponúka okrem rôznych tipov na trávenie voľného času aj možnosť vlastnej registrácie (prevádzky, zariadenia, podujatia). Registrovaný návštevník si môže vybrať jedno z troch ponúkaných tipov. „Užívateľ“, ktorý má možnosť hodnotiť a komentovať udalosti a rôzne atraktivity „Prevádzkar“ s možnosťou vytvoriť si vlastnú prezentáciu svojho podnikania (reštaurácie, hotely, agroturistika...) a „Odborník“, ktorý má možnosť pridávania vlastných odborných článkov s tematikou cestovného ruchu.

Návštevnosť stránky www.tourismbratislava.com bola za obdobie 1. 1. 2015 – 10. 9. 2015 v priemere 225 návštevníkov / deň. Od 10. 9. 2015 sa hlavným komunikačným nástrojom stala webstránka www.gob.sk. Doména tourismbratislava je automaticky prelinkovaná na nové sídlo gob.sk. Od spomínaného dátumu do konca roka bol priemerný počet návštevníkov 187. Dôvodom rozdielu štatistík spomínaných webov je väčší počet podujatí, ktoré sa uskutočnili v čase od apríla do augusta.

Štatistika návštevnosti portálu www.tourismbratislava.com / od 1.1. 2015 – 10. 9. 2015



Štatistika návštevnosti portálu www.gob.sk / od 10.9. 2015 – 31.12.2015



Fan page www.facebook.com/BratislavaRegionTourism je jedným z najvýznamnejších komunikačných nástrojov na šírenie informácií vybraným cieľovým skupinám. Na stránke sa pravidelne zverejňujú informácie o nadchádzajúcich podujatiach, tipy na výlety, zaujímavosti, aktuality, praktické informácie a organizujú sa súťaže na podporu produktov cestovného ruchu. Informáciu uverejnené na fan page sú písané v slovenskom aj anglickom jazyku, s výnimkou podujatí, ktoré nemajú dostatok relevantných informácií v požadovanom jazyku. K 1.1. 2015 bol počet „likov“ 14 339, vďaka aktívnej činnosti a využívaní online kampaní sa počet „likov“ zvýšil do konca roka na 30 974.

1.4. PODPORA PREDAJA A PROPAGAČNÉ NÁSTROJE

Merkantil, čiže darčkové predmety majú v marketingu destinácie silné postavenie. Sú nositeľmi loga, imidžu destinácie a vedia osloviť všetky cieľové skupiny. Práve z dôvodu zvýšenia atraktívnosti prezentácií BRT zabezpečila výrobu nových propagačných predmetov, ktoré boli zamerané na komunikačnú podporu klipu „Living the life“. Konkrétne sa zaoštarali nasledovné predmety:

- Šilt (viac farieb) s pogumovaným páskom s potlačou „Living the life“ / 1100 ks
- Klobúk so stuhou (viac farieb) so saténovou stuhou s potlačou „Living the life“ / 1600 ks
- Frisbee (viac farieb) s potlačou „Living the life“ / 1000 ks

- Vejár s potlačou „Living the life“ / 1000 ks
- Tričko pánske a dámske, plnofarebná potlač „Living the life“ / 500 ks
- Silikónový náramok (viac farieb) s potlačou „Living the life“ / 1500 ks
- Balón (viac farieb) s potlačou „Living the life“ / 3000 ks

2. TVORBA A PODPORA PRODUKTOV CESTOVNÉHO RUCHU

Bratislava Region Tourism v roku 2015 organizovala viacero podujatí na podporu rozvoja aktívneho cestovného ruchu v regióne. Hlavným cieľom bola propagácia destinácie, poskytovanie informácií o produktoch destinácie, ale aj predaj destinácie na trhu. Všetky tieto aktivity mali zabezpečiť prítiahnutie návštevníkov do regiónu a rozširovať ponuku možností trávenia fondu voľného času pre návštevníkov. Cieľom BRT je podporovať podujatia, ktoré upevňujú vzťah k regiónu, či už sú to tradície, ľudové remeslá, lokálna gastronómia, kultúrne, hudobné, športové alebo iné aktivity. Tak ako aj minulý rok BRT realizovala v roku 2015 aj vlastné projekty nadregionálneho významu. Projekty, pri ktorých BRT vystupuje ako partner poskytli mediálny ako plochu na umiestnenie prezentačného stánku (minimálne 3x3 m) s brožúrami, darčkovými predmetmi a profesionálnou agendou.

VLASTNÉ PODUJATIA KRAJSKEJ ORGANIZÁCIE BRATISLAVA REGION TOURISM



Farm Fest 2015

„FARM FEST 2015“ - zaži vidiek v meste, je kultúrno-spoločenským podujatím, ktorého cieľom je priblížiť a zviditeľniť tradičné remeselné, gastronomické a produktové špecifiká Bratislavského regiónu a jeho okolia. Hlavnou

myšlienkou podujatia je obnoviť vzťah obyvateľov bratislavského kraja a návštevníkov k tradične poľnohospodárskemu, remeselnému a ľudovému charakteru regiónu. Návštevníci mali možnosť ochutnať gastronomickú produkciu výrobkov, nakúpiť kvalitné potraviny od priamo od producentov a remeselníkov.

V roku 2015 BRT pripravili až 3 podujatia so značkou „Farm Fest“. Rozsahom najväčším bol Farm Fest v Ružinove / 26. – 27. septembra 2015, ktorý sa uskutočnil v zrekonštruovanom parku Andreja Hlinku. Návštevníci mohli ochutnať tradičné gastronomické produkty v 16 drevených stánkoch ako aj ukážky dobových remesiel. Pre deti bola pripravená zábavná farmárska kids zóna ako aj mini ZOO. Farm Fest v Ružinove sa uskutočnil počas Ružinovských hodových slávností v spolupráci s mestskou časťou Ružinov a kultúrnym domom Cultus a.s.

Súbežne s Farm Festom v Ružinove sa uskutočnil aj Farm Fest v Dúbravke, kde bola počas Dúbravských hodov pripravená zóna s tradičnými gastronomickými špecialitami v 7 typizovaných drevených stánkoch.

Posledným farmárskym podujatím so značkou Farm Fest boli Dni Zelá počas 2.- 4. októbra 2015.

Na všetkých podujatiach Farm Fest bol umiestnení prezentačný stánok BRT, v ktorom zamestnanci informovali návštevníkov o dianí v bratislavskom regióne prostredníctvom brožúr. Značka Farm Fest disponuje vlastným logom, pre ktorú bolo vyrobených 8 ks farebných exteriérových bannerov.



Objavuj poklady bratislavského regiónu 2015 / 12. septembra – 10. októbra 2015

Všetci, ktorí mali záujem o zážitky z odhaľovania krás okolia Bratislavy, sa mohli tešiť na 300 pokladov ukrytých na 108 príťažlivých miestach. Na základe GPS súradníc mali hľadači možnosť objaviť nielen krásy Bratislavského kraja ale aj 94 okamžitých a 206 zlosovateľných cien. Projekt bol zameraný na rodiny s deťmi, mladých a aktívnych ľudí a športovcov, ktorí toto spojenie zábavy a turistiky vedia oceniť. Cieľom projektu bolo hravou formou ukázať to zaujímavé čo v regióne máme a zároveň odprezentovať poskytovateľov služieb CR, ktorý nám poskytli ceny. Poklady predstavujú „kešky“ (ampulky) v ktorých je ukrytý lístok, ktorý informuje o danej lokalite a zároveň slúži ako informácia o možnej výhre. V súťaži je možné získať okamžitú alebo zlosovateľnú výhru. Indície k pokladom bolo možné nájsť na webovej stránke www.objavujpoklady.sk, kde sa každý týždeň zverejňoval Zlosovanie sa uskutočnilo na Vajnorskej župnej šarkaniáde 10. októbra 2015

v mestskej časti Bratislavy – Vajnory. Úspešní hľadači mali možnosť vyhrať zaujímavé ceny (vstupenky, zážitkové atrakcie, let balónom, víkendové pobyty alebo auto na 1 mesiac). Na Vajnorskej župnej šarkaniáde boli vylosovaní 3 výhercovia, ktorí dostali na 1 mesiac do užívania nový VW Golf so štýlovým „škriatkovským“ polepom.

PODUJATIA V SPOLUPRÁCI S PARTNERMI



Slovak winter MTB & Running Trophy 2015 / 17. – 18. januára 2015

13. Ročník Stupavského MTB maratónu v horskom teréne. V spolupráci s Občianskym združením Maratón.



Zimný festival jedla / 14. januára – 17. februára 2015

Festival prebieha priamo vo vybraných TOP reštauráciách gastronomického sprievodcu Gurmán na Slovensku. Podujatie ponúka návštevníkom exkluzívny gastronomický zážitok a zároveň propaguje gastronomické TOP gastronomickú špičku a lokálnu gastronómiu.



Bežecké podujatia v bratislavskom regióne / marec – november 2015

Otvorenie bežeckej sezóny 22. marca 2015/ Devín Bratislava 12. apríla 2015 / Cross Baba – Kamzík 19. apríla 2015 / Moon Run Cross Night Dunaj – Hrad 2. júna 2015 / Run Fest 14. apríla 2015 / Beh 345 km od Tatier k Dunaju 15. – 16. augusta 2015 / Študentský beh 15. novembra 2015



Škoda open bike tour 2015 / séria cyklistických podujatí apríl – september 2015

Škoda Svätajurský MTB Maratón – Svätý Jur / 18. apríla 2015, Škoda Maratón Marikovskou dolinou – Dolná Mariková / 16. mája 2015, Author

Škoda Bike maratón Súľovské skaly – Súľov / 20. júna 2015, Škoda Stupava Trophy / 25. – 26. júla 2015 – Stupava, Škoda horal MTB maratón / 15. augusta – Svit – Nízke Tatry, Škoda Slovenský raj / 5. septembra 2015 – Hrabušice – Podlesok



Culinary Days - Špargľové dni / 30. apríla – 2. mája 2015

Gastronomické podujatie, na ktorom návštevníci ochutnávajú špeciality zamerané na špargľu, v spolupráci so Sharkam VIP catering.



Štúr – žúr pri príležitosti 200. výročia od narodenia Ľudovíta Štúra / 21. mája 2015

Multižánrové kultúrne podujatie pri príležitosti výročia Ľudovíta Štúra.



Pezinské Viechy / 27. mája – 31. októbra

V snahe zatriktívniť turistickú ponuku mesta Pezinok a poskytnúť aj domácim obyvateľom priestor na posedenie priamo u vinára sa desať miestnych vinárstiev rozhodlo sprístupniť svoje priestory verejnosti.



Keramické trhy v Pezinku / 12.- 14. júna

Prezentácia majstrovstva výrobcov keramiky rôznych štýlov zo Slovenska a zahraničia.



Senecké leto / 13. júna 2015

Spoločensko – kultúrne podujatie ktorým sa každoročne otvára letná turistická sezóna na Slniečnych jazerách v Senci.



Culinary Days – Jahodové Dni / 18. – 20. júna 2015

Gastronomické podujatie, na ktorom návštevníci ochutnávajú špeciality zamerané na jahodové špeciality, v spolupráci so Sharkam VIP catering.



Senecský Vínny festival / 24. júla – 1. augusta 2015

Vínny festival v priestore Slnecných jazier spojený s tradičnou gastronómiou a ponukou podunajského regiónu.



S motorákom za Štefánikom / 25. júla 2015

Unikátna cesta historickým vlakom z bratislavského Múzea dopravy do Brezovej pod Bradlom.



Wine and Art / júl – august

Hudobno – umelecké podujatia v Malokarpatskom múzeu v Pezinku.



Hudobno-športový festival POME Rudava / 16. – 18. júla 2015

Festival je najväčší športovo hudobný festival, ktorý sa uskutočnil v termíne 16. 18. júla 2015 v rekreačnej oblasti Rudava – Malé Leváre (okr. Malacky).



Dni zelá / 2. – 4. októbra 2015

Slávnosti kapusty patria medzi najväčšie festivaly na Záhorí a účinkujúci hostia prichádzajú i zo susedných regiónov Weinviertel – Dolné Rakúsko, Jižní Morava a Mosony-Sopron-Győr.



Viva Musica 2015 / 26. júna – 30. novembra 2015

BRT participovala na festivale ako destinačný partner podujatia, zároveň bola zabezpečená mediálna propagácia destinácie Bratislavský región v podobe spotov, ktoré sa premietali počas konania festivalu s tematikou „Enjoy“ , „Taste“ , „ Discover “. Na internetovej stránke bolo zverejnený aj video spot ktorý promoval turistický ponuku regiónu pričom stránka od mája 2015 vykazovala 45 000 návštev za obdobie máj-december 2015 video zverejnené na stránkach videlo 1084 ľudí počas doby 8 mesiacov. Koncerty 11 ročníka Viva Musica ! V roku 2015 navštívilo unikátnych **13 000 návštevníkov** pričom priamy prenos otváracieho koncertu boli vysielané aj na 2 programe RTVS. Prezentácia Bratislavského regiónu bola zabezpečená zo strany organizátora aj formou propagačných aktivít, ktoré prebiehali priamo na festivale a, ktoré sa zabezpečovali zodpovedné osoby organizácie. Propagačné materiály ako boli k dispozícii priamo účastníkom na festivale.



Korunovačné slávnosti 2015 / 26. – 28. júna 2015

Podujatie, ktoré svojim rozsahom a významom zaraďujeme medzi TOP podujatie Bratislavského regiónu. Približujú korunovacie 18 kráľov a kráľovien, ktorí boli korunovaní v Bratislave.. Obrad korunovacie je zinscenovaný podľa historických podkladov. Vystupuje v ňom vyše 200 hercov v dobových kostýmoch.



Jablkové hodovanie, mestá a obce bratislavského regiónu / 10. októbra 2015.

Regionálne podujatie s tradičnými i novými jablkovými špecialitami. V spolupráci s Malokarpatským osvetovým strediskom v Modre.



Župná jeseň, BSK / september – december 2015.

Séria podujatí v Bratislavskom kraji v duchu hodových osláv, vinobraní a ďalších zaujímavých podujatí. Komunikačná kampaň podujatiu v spolupráci s BSK.



Župné Vianoce v Stupave / 12. decembra 2015

Kultúrno – spoločenské podujatie v rámci projektu Župná jeseň. Obdobie adventu v tradičnom vidieckom duchu. V spolupráci s mestom Stupava a OZ Pour Art.



Ekotopfilm – Envirofilm 2015 roadshow po Slovensku / celoročný projekt

Spoločný celoročný projekt dvoch tradičných festivalových podujatí, ktoré spája myšlienka ochrany životného prostredia.



Temné Kecy / december 2015

Stand-up komedy zameraná na propagáciu bratislavského regiónu komediálnou formou.



Waves Bratislava / 1. – 10. októbra 2015

Festival prezentuje koncept vzniku stredoeurópskeho hudobného regiónu s možnosťou propagácie turistických zaujímavostí a ponuky regiónu.



Festival Divokej Vody / 4. -5. júla 2015

Festival podporuje možnosti využitia športovej ponuky a možnosti trávenia voľného času v regióne a zároveň vytvára povedomie u potenciálnych návštevníkov o primárnej ponuky regiónu.



XV ročník Dňa otvorených dverí 2015 / 29. augusta 2015

Regionálne podujatie zamerané na propagáciu tradície pečenia husí v Slovenskom Grobe.

3. PODPORA ATRAKTIVÍT DANEJ LOKALITY

Na podporu atraktivít danej lokality využíva BRT jeden z dôležitých nástrojov marketingu na propagáciu regiónu, infocesty, famtripy, presstripy. Cieľom organizovania infociest je popularizácia, zlepšovanie imidžu destinácie a s tým spojený aj nárast návštevnosti v regióne. Tento cieľ sa BRT snaží dosiahnuť kvalitným výberom lokalít a služieb, ktoré sú predstavené účastníkom infociest a následne sú predmetom mediálnych výstupov jednotlivých účastníkov. Zároveň sa BRT snaží aj selektovať relevantných touroperátorov a nákupcov, aby propagácia pre destináciu bola ešte efektívnejšia.

V roku 2015 sa BRT podieľalo na viacerých infocestách, famtripoch a presstripoch:

V marci sme organizovali infocestu pre českého touroperátora, cieľom bolo oboznámiť ho s bohatou ponukou atraktivít bratislavského regiónu. V marci sa tiež konala infocesta 4 rakúskych novinárov pri príležitosti konania podujatia Zimný festival jedla.

Jednou z významných infociest, ktorá sa organizovala v spolupráci s Veľvyslanectvom slovenskej republiky v Tel Avive a našich partnerov bola infocesta pre TV štáb z Izraela, ktorý natáčal dokument o Slovensku v máji 2015, kde sa bratislavský región stal súčasťou tohto dokumentu. Počas roka sme zorganizovali infocesty a famtripy pre účastníkov rôznych konferencií či festivalov: 8th IFAC Symposium on Robust Control Design/júl 2015, Festival Waves/október 2015 či kongresu Kardiológov a internistov Slovenskej kardiologickej spoločnosti. V spolupráci s Klubom slovenských turistov sme v septembri predstavili región 64 delegátom z Európskej asociácie turistov pri príležitosti konania Konferencie ERA-EWV-FERP.

V novembri 2015 sme v spolupráci so Slovenskou agentúrou pre cestovný ruch predstavili Malokarpatský región novinárom z Českej republiky, Maďarska a Poľska. Ku koncu roka sme sa na základe spolupráce so Slovenskou ambasádou v Madride podieľali na organizácii infocesty pre produkčnú spoločnosť, ktorá natáčala program „Madridčania vo svete“ pre televíznu stanicu Telemadrid. Dokument predstavuje Madridčanov žijúcich v bratislavskom regióne a preto prezentácia destinácie je autentická a zameraná na aktívnych mladých ľudí.

4. INFRAŠTRUKTÚRA CESTOVNÉHO RUCHU

Kvalitná infraštruktúra cestovného ruchu je základným predpokladom k rozvíjaniu tohto odvetvia v destinácii a k zvyšovaniu počtu návštevníkov, ktorí sa budú chcieť do regiónu opätovne vrátiť. Budovanie, resp. zvyšovanie úrovne a kvality infraštruktúry cestovného ruchu zvýši informovanosť domácich a zahraničných návštevníkov, zlepší ich orientáciu a zvýši povedomie o top atraktivitách regiónu. Nevyhnutnou súčasťou infraštruktúry cestovného ruchu sú aj strategicky lokalizované informačné centrá, nielen na území regiónu, ale aj v prihraničných oblastiach, vďaka čomu je možné vytvárať partnerské vzťahy so susednými regiónmi. BRT v roku 2015 realizovala viaceré aktivity so zameraním na skvalitnenie infraštruktúry cestovného ruchu v regióne. Hlavnou aktivitou plánovanou v kapitole infraštruktúra cestovného ruchu na rok 2015 bola realizácia vstupného a výstupného značenia prostredníctvom dopravných tabúľ do a z destinácie Bratislavský región na diaľniciach a cestách I., II., a III. triedy, ktoré prechádzajú do územia Bratislavského samosprávneho kraja. Aktivita mala nadviazať na Štúdiu značenia turistických atraktivít destinácie realizovanú v roku 2014. Realizáciu aktivity mala zabezpečiť firma Signatech s. r. o., ktorá sa stala víťazom verejnej súťaže „Dodávka a inštalácia zvislých dopravných značiek – IS11c – Turistický cieľ“. Zmluva o dielo s dodávateľom bola uzatvorená 15.5.2015 so stanoveným dátumom dodania do 31.8.2015. Nakoľko dodávateľ v zmluvne stanovenom termíne nedodal predmet diela, bola zmluva o dielo vypovedaná a účelová dotácie na tento projekt v celkovej sume 34 000 eur bola vrátená Ministerstvu dopravy, výstavby a regionálneho rozvoja SR.

V rámci vzájomnej spolupráce medzi KOČR BRT a OOCR Bratislava Tourist Board (člen KOČR BRT) sa propagovala destinácia Bratislavský región v Turisticko-informačnej kancelárii (TIK) zriadenej (BTB) na Klobočníckej ulici 2 v Bratislave a v Infopointe na Bratislavskom letisku. Pre BRT bol vyčlenený priestor na umiestnenie veľkoplošných bannerov, propagačných videí a informačných materiálov, brožúr a letákov. Zároveň školený personál týchto informačných kancelárií poskytoval domácim a zahraničným návštevníkom informácie o možnostiach trávenia voľného času v regióne, o aktuálnych podujatiach, akciách a eventoch v Bratislave a okolí a tým napomáhal k zvyšovaniu povedomia verejnosti o turistickej ponuke regiónu.

Cyklosčítač na Cyklomoste slobody v Devínskej Novej Vsi bol významnou investíciou do turistickej infraštruktúry v roku 2014. V roku 2015 sa využívali dáta z tejto sčítačky na monitorovanie

a porovnávanie údajov o pohybe cyklistov a peších výletníkov z Devínskej Novej vsi do rakúskeho Zámku Hoff (Schloss Hof) a naopak. Vďaka nainštalovanému softvéru je možné merať údaje zbierať, vyhodnocovať a porovnávať v časových radoch. Prostredníctvom cyklosčítača získavajú významné informácie o stave cykloturistiky v regióne, prichádzajúcich návštevníkoch z rakúskej strany, využití mosta a príľahlých cyklotrás v jednotlivých ročných obdobiach, resp. pracovných a mimopracovných dňoch ap. Zistené údaje sú dôležitým podkladom k prípadným budúcim aktivitám v oblasti rozvoja cyklistickej infraštruktúry ako aj cykloturistiky v bratislavskom regióne.

5. ZABEZPEČENIE STRATEGICKÝCH, KONCEPČNÝCH A ANALYTICKÝCH MATERIÁLOV A DOKUMENTOV, ŠTATISTÍK, A PRIESKUMOV

BRT každoročne spolupracuje so Štatistickým úradom SR (ŠÚSR) pri získavaní a vyhodnocovaní štatistických údajov cestovného ruchu za jednotlivé obdobia (kvartálne a celoročné porovnania všetkých relevantných ukazovateľov v cestovnom ruchu). ŠÚ SR poskytol BRT spracované štatistické podklady ohľadom údajov počtu prenocovaní domácich a zahraničných návštevníkov v ubytovacích zariadeniach Bratislavského kraja za 1.-3. Štvrťrok 2015. Celkové výstupy sú súčasťou tohto dokumentu v úvode. BRT aktívne spolupracovalo pri príprave koncepčného materiálu pre destináciu Bratislavský región s názvom Stratégia rozvoja turizmu v Bratislavskom kraji do roku 2020.

Uvedený dokument prehľadnou a praktickou formou formuluje strategické opatrenia, ktoré pomôžu bratislavskému regiónu nadviazať na viaceré koncepčné dokumenty s cieľom vzájomne prepojiť rozhodovacie procesy samosprávy, krajskej organizácie cestovného ruchu a ďalším subjektom pôsobiacim vo verejnej a súkromnej sfére v cestovnom ruchu.

6. VZDELÁVACIE AKTIVITY (AKTIVITY, WORKSHOPY A ŠTUDIJNÉ CESTY)

BRT sa zúčastnilo viacerých odborných stretnutí organizovaných SACKA (Slovenská asociácia cestovných kancelárií a agentúr a oblastných organizáciami cestovného ruchu (OOCR), krajskými organizáciami cestovného ruchu (KOCR), zástupcami Ministerstva dopravy, výstavby a regionálneho rozvoja SR (MDVaRR) a Slovenskej agentúry pre cestovný ruch (SACR).

BRT v rámci posilnenia propagácie destinácie Bratislavského regiónu v kongresovom cestovnom ruchu je od roku 2014 členom v združení Slovak Convention Bureau (SCB), ktoré je súčasťou Slovenskej agentúry pre cestovný ruch

SCB je platformou pre komunikáciu na úrovni spolupráce jej členov a odborníkov podnikajúcim v kongresovom a incentívnom cestovnom ruchu. Členovia sa stretávajú pravidelne raz mesačne, na stretnutiach sa preberajú aktuálne trendy a problematika v oblasti kongresového turizmu.. V roku 2015 sa zástupca BRT zúčastnil aj na odbornom podujatí ICCA Research, Sales and Marketing Programme 2015 v Amsterdame. Vzdelávací program bol zameraný na výskum, predaj a marketing podujatí kongresového cestovného ruchu.

Spolupráca a partnerstvo so Slovenským domom Centrope – Región strednej Európy - Centrope tvorí osem spolkových krajín, krajov a žúp na území Slovenska, Rakúska, Maďarska a Českej republiky. Slovenský dom Centrope je záujmovým združením právnických osôb a nositeľ projektu

Tourcentrope, ktorého cieľom je poskytnúť obyvateľom a návštevníkom regiónu Centrope čo najviac informácií v materinskom jazyku o možnostiach trávenia voľného času a o produktoch cestovného ruchu prostredníctvom internetového portálu www.tourcentrope.eu

V novembri 2015 sa konala odborná prednáška na Ekonomickej Univerzite v Bratislave. , Študentom cestovného ruchu bola predstavená činnosť a úloha Krajskej organizácie cestovného ruchu Bratislava Region Tourism. Prednáška mala za účel rozšíriť teoretické vedomosti študentov a podnietiť v nich väčší záujem o aktivity v cestovnom ruchu.

V rámci spolupráce s vzdelávacími inštitúciami a vďaka rozvíjaniu partnerských vzťahov s Katedrou cestovného ruchu a spoločného stravovania Ekonomickej fakulty Univerzity Mateja

Bela v Banskej Bystrici umožnila BRT už tretí rok absolvovať v letných mesiacoch (jún – august 2015) dvom študentom odbornú stáž v organizácii. Študenti tak mali možnosť oboznámiť sa s aktivitami organizácie, aktívne sa podieľali na vypracovávaní zadaní a plnení úloh. Boli prítomní na mnohých podujatiach, ktoré BRT spoluorganizovala, čím si prehĺbili svoje teoretické vedomosti a získali cenné schopnosti a zručnosti v praxi cestovného ruchu.

V novembri sa predstavitelia BRT zúčastnili medzinárodnej vedeckej konferencie s názvom „Fungovanie euroregiónov Karpatského, Tatry a Beskydy“ pojednávajúcom o úspechoch a perspektívach rozvoja prihraničných oblastí.

7. INÉ AKTIVITY BRT

Poradenská a konzultačná činnosť – priebežne 2015, BRT poskytuje informácie o inštitucionálnom zabezpečení cestovného ruchu na národnej a regionálnej úrovni (BSK) zainteresovaným subjektom a inštitúciám v cestovnom ruchu, sprístupňuje a zverejňuje štatistiky o cestovnom ruchu v BSK a poskytuje poradenskú a konzultačnú činnosť v oblasti marketingu a rozvoja cestovného ruchu v destinácii. Venuje sa študentom cestovného ruchu, ktorí vypracúvajú záverečné kvalifikačné práce v príbuzných témach, vypĺňa ankety a dotazníky, pracovníci BRT absolvujú riadené rozhovory v rámci primárneho prieskumu k záverečným prácam ap. Zároveň BRT poskytuje poradenskú činnosť obciam, mestám a subjektom v regióne, ktoré majú záujem založiť si na svojom území oblastnú organizáciu cestovného ruchu.

8. ROZPOČET, JEHO ČERPANIE A POPIS VÝDAVKOV NA AKTIVITY

Nižšie uvedené tabuľky obsahujú prehľadné rozdelenie aktivít spolu s rozpočtom a čerpaním jednotlivých aktivít podľa Zákona o podpore cestovného ruchu 91/2010, ktoré sú: Organizačné a prevádzkové náklady za rok 2015 a zahŕňali v sebe náklady na prenájom kancelárie vrátane energií, mzdy, odvody, poistenie, outsourcing služieb, leasing na služobné auto, kancelárske vybavenie, mobilné telefóny, internetové služby, drobnú prevádzku (poplatky, kolký), stravné, poistné a cestovné náhrady zamestnancov.

Ročný plán aktivít a prevádzky KOČR 2015 - Turizmus regiónu Bratislava

PLÁN AKTIVÍT	Popis	schválený rozpočet 2015			čerpanie a zostatok 2015					
		členské	dotácia bežné	dotácia kapitálové	čerpanie členské	čerpanie dotácia bežné	čerpanie dotácia kapitálové	ZOSTATOK členské	ZOSTATOK dotácia (bežné)	ZOSTATOK dotácia (kapitálové)
1.	Marketing a propagácia	122 900,00 €	167 500,00 €	0,00 €	35 075,27 €	165 169,42 €	0,00 €	87 824,73 €	2 330,58 €	0,00 €
2.	Tvorba a podpora produktov CR	77 000,00 €	75 500,00 €	0,00 €	50 132,76 €	75 500,00 €	0,00 €	26 867,24 €	0,00 €	0,00 €
3.	Infocesty	0,00 €	17 000,00 €	0,00 €	0,00 €	16 905,61 €	0,00 €	0,00 €	94,39 €	0,00 €
4.	Infraštruktúra CR okrem výstavby zariadení určených na ubytovanie	35 000,00 €	0,00 €	0,00 €	5 000,00 €	0,00 €	0,00 €	30 000,00 €	0,00 €	0,00 €
5.	Zabezpečenie strategických, koncepčných a analytických materiálov a dokumentov, štatistík a prieskumov	5 300,00 €	0,00 €	0,00 €	80,00 €	0,00 €	0,00 €	5 220,00 €	0,00 €	0,00 €
6.	Systém hodnotenia kvality služieb CR	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
7.	Vzdelávacie aktivity	12 000,00 €	0,00 €	0,00 €	3 300,00 €	0,00 €	0,00 €	8 700,00 €	0,00 €	0,00 €
	SPOLU na aktivity	252 200,00 €	260 000,00 €	0,00 €	93 588,03 €	257 575,03 €	0,00 €	158 611,97 €	2 424,97 €	0,00 €
	Prevádzka - prenájom kancelárie vrátane energií, mzdy, odvody, poistenie, telefón/mobily/internet, outsourcing služieb (VO, účtovníctvo, právne služby), IT, cestovné náhrady, leasing + poistné služobné auto, stravné lístky, drobná prevádzka (poplatky, kolky, poštovné)	376 864,68 €	x	x	344 968,00 €	x	x	174 744,52 €	x	x

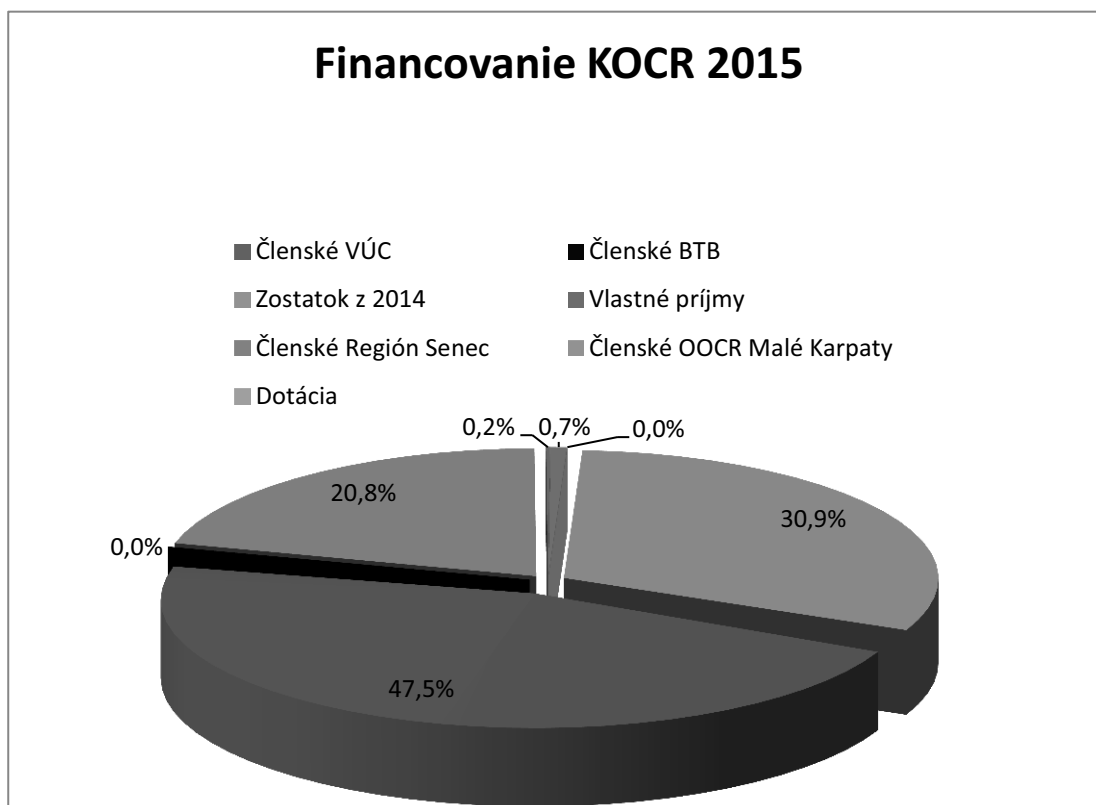
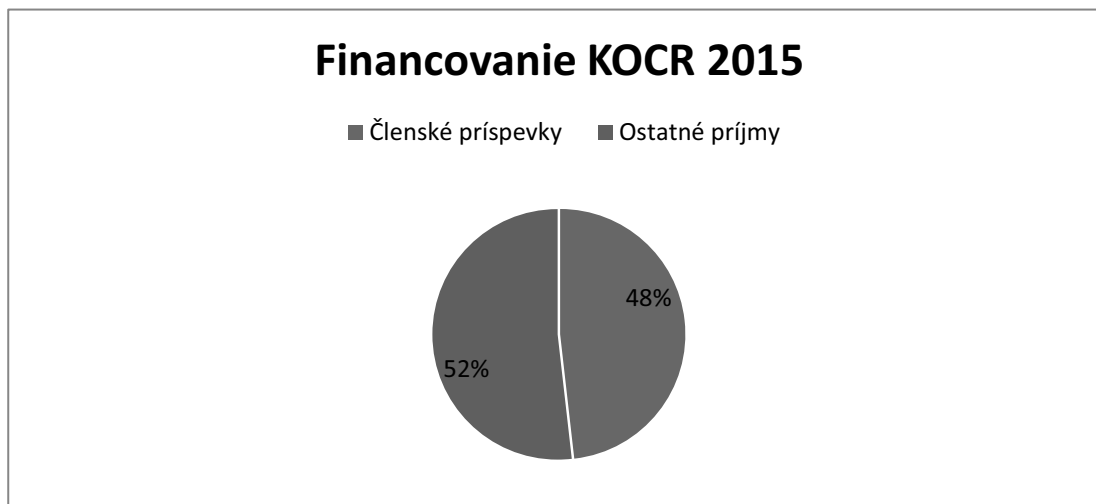
SUMÁR 2015

	PLÁN		SKUTOČNOSŤ V ROKU 2015		ZOSTATOK	
	členské	dotácia	členské	dotácia	ZOSTATOK členské	ZOSTATOK dotácia
Zostatok z členského z 2014	170 000,00 €		174 744,52 €		0,00 €	
Členský príspevok VÚC	400 000,00 €		400 000,00 €		150 486,29 €	
Členské príspevky OOCR	77 200,00 €		5 880,14 €		71 400,00 €	
Príjmy z vlastnej činnosti	0,00 €		1 500,00 €		0,00 €	
Ostatné príjmy	0,00 €		839,23 €		0,00 €	
Štátna dotácia	0,00 €	260 000,00 €		260 000,00 €		2 424,97 €
Príjmy spolu	647 200,00 €	260 000,00 €	582 963,89 €	260 000,00 €	221 886,29 €	2 424,97 €
Výdavky na prevádzku	376 864,68 €		344 968,00 €			
Výdavky na aktivity z členského	252 200,00 €		93 588,03 €			
Výdavky na aktivity z vlastných zdrojov	1 500,00 €		1 500,00 €			
Výdavky na aktivity z dotácie		260 000,00 €		257 575,03 €		2 424,97 €
Výdavky spolu	630 564,68 €	260 000,00 €	440 056,03 €	257 575,03 €		2 424,97 €

Uvedené tabuľky poskytujú predbežný prehľad o čerpaní rozpočtu BRT počas roka 2015. Finálna účtovná závierka za rok 2015 bude v súlade so Zákonom 91/2010 Z.z. spracovaná k 31. marcu 2016 a následne bude doručená na Ministerstvo dopravy výstavby a regionálneho rozvoja k 10.4.2016.

9. FINANCOVANIE KOCHR A BILANCIA VÝDAVKOV NA AKTIVITY

Krajská organizácia cestovného ruchu Bratislava Region Tourism /Turizmus regiónu Bratislava disponovala v roku 2015 v súlade so zákonom č. 91/2010 Z.z. o podpore cestovného ruchu v znení neskorších predpisov finančnými zdrojmi v nasledujúcej štruktúre:



Členské príspevky pozostávajú z finančných príspevkov členov KOOCR BRT – Bratislavský samosprávny kraj, OOCR Bratislava Tourist Board, OOCR Región Senec a OOCR Malé Karpaty. Ostatné príjmy organizácie zahŕňajú prenesené prostriedky z predchádzajúceho roka, dotáciu Ministerstva dopravy, výstavby a regionálneho rozvoja Slovenskej republiky a vlastné príjmy.

Dotácia Ministerstva dopravy, výstavby a regionálneho rozvoja Slovenskej republiky (MINDOP SR), ktorá je pridelovaná krajským a oblastným organizáciám cestovného ruchu na základe predloženia žiadosti a projektu na daný rozpočtový rok, je nenárokovateľná, tzn. MINDOP SR rozhoduje o udelení dotácie jednotlivým žiadateľom na základe rozsahu a kvality vypracovanej žiadosti a predloženého projektu k dotácii. Krajskej organizácii BRT v roku 2015, rovnako ako v predchádzajúcich rokoch činnosti, bola pridelená dotácia v plnej (100 %) požadovanej výške. Spolu s prenesenými prostriedkami z predchádzajúceho roka a s vlastnými príjmami tvoria tieto prostriedky 52 % celkových finančných prostriedkov, ktorými organizácia v roku 2015 disponovala. Finančné prostriedky pridelené vo forme dotácie od MINDOP SR môžu byť použité výhradne na aktivity, ktoré sú spojené s hlavným predmetom činnosti krajskej organizácie a ktoré sú zahrnuté v projekte k žiadosti o poskytnutie dotácie v súlade s §29 Zákona č. 91/2010 Z.z. v znení neskorších predpisov (oprávnené aktivity na poskytnutie dotácie). Výdavky organizácie spojené s jej prevádzkou a každodennou činnosťou sú hradené z členských prostriedkov organizácie.



BRATISLAVA
TOURIST BOARD

VÝCHODISKÁ PRE ČINNOSŤ BTB



Základným cieľom organizácie v roku 2016 je kontinuálne posilňovanie pozitívneho image mesta Bratislavy a jeho brand awareness ako dynamickej, otvorenej a pohostinnej turistickej stredoeurópskej metropoly podporou produktov a projektov cestovného ruchu a tiež na to nadväzujúcimi ucelenými tematickými kampaňami na cieľových trhoch. Okrem toho bude činnosť zacielená na zadefinovanie a identifikáciu konceptu prezentácie, komunikácie a pôsobenia mesta a členskej základne a stakeholderov v oblasti MICE (Meetings, Incentives, Conferences, Events) voči odbornej verejnosti tak doma ako aj v zahraničí.

Bratislava Tourist Board bude pokračovať počas roka 2016 v udržaní vlastných produktov a projektov Bratislava City Card, Bratislava Goes Classical, webového portálu www.visitbratislava.com, aplikácie Bratislava a participovať na podpore tvorby produktov a tém ako Korunovačné slávnosti, Kultúrne leto a hradné slávnosti a iné.



**BRATISLAVA
TOURIST BOARD**





Základné témy/posolstvá

Korunovačné mesto, mesto kultúry, mesto hudby, mesto vína a gastronómie

Moderná metropola na Dunaji, mesto zábavy, športu a relaxu

Karpatsko-dunajské dobrodružstvo - cykloturistika, pešia turistika, adrenalínové aktivity

MICE – dynamická a otvorená stredoeurópska metropola vhodná pre organizáciu meetingov, konferencií a špecializovaných podujatí

komunikácia 4 pilierov:

SAFETY – bezpečnosť

ACCESSIBILITY – dostupnosť

INNOVATION – inovatívnosť

EXECUTION – excelencia vo výrobe



BRATISLAVA
TOURIST BOARD

Cieľové skupiny

1. Návštevníci so záujmom o poznávanie, kultúru a umenie (v dvoch kategóriách: 25-55 rokov a 56+)
2. Mladí resp. ľudia hľadajúci nové kontakty, kultúry, “scény”, cool trendy, užívajúci si život (v dvoch kategóriách: 18 - 25 a 26+)
3. Rodiny s deťmi (špecifická programová ponuka pre deti vo veku od 3 do 15 rokov)
4. Aktívni ľudia (v dvoch kategóriách: 18 - 55, 56 +)
5. Hosted buyeri, touroperátori, predajcovia služieb, profesionálni organizátori kongresov, press



Marketing a MICE aktivity všeobecne

Veľtrhy v zahraničí

FERIEN MESSE VIEDEŇ
HOLIDAY WORLD PRAHA
ITB BERLÍN BERLIN
FITOUR MADRID
MITT MOSKVA
UITT KYJEV
IMEX FRANKFURT – MICE
IBTM BARCELONA - MICE
The Meetings Show LONDÝN – MICE

Prezentácie v zahraničí

DONAU SALON /BERLÍN/ marec 2016
PERUGIA /TALIANSKO/ jún 2016
DONAU FEST /ULM/ júl 2016
HAINBURG – spolupráca s BKIS
SCHLOSS HOF – info o BA

Prezentácie doma

ITF SLOVAKIATOUR BRATISLAVA
3D mapping (exteriérová prezentácia počas SK PRES v spolupráci s magistrátom)
Korunovačný interaktívny infopoint v centre mesta pre návštevníkov v spolupráci s Múzeom mesta Bratislavy
MICE konferencia – december



BRATISLAVA
TOURIST BOARD

Marketing a MICE aktivity všeobecne

Infraštruktúra cestovného ruchu

- Minimerovníky a citylighty (repasácia, výmena máp v centre, doplnenie stavu)
- Celoročná prevádzka TIC na Klobučnickej a na letisku v Bratislave
- Označenie TIC (exteriérové podsvietené)
- Dotykové informačné kiosky v TIC
- Infopointy na železničnej a autobusovej stanici v BA (jún – september)
- Infopoint na letisku vo Schwechate v spolupráci s MZV
- Infopoint v novej budove SND počas Summitu výboru regiónov v spolupráci s BRT
Bike Point pod UFO-m



Marketing a MICE aktivity všeobecne

Komunikačné claimy

- Leasure: LIKE A KING/QUEEN
- MICE: BRATISLAVA – SURPRISINGLY CLOSE | EXCEPTIONALLY SMART

Brožúry

- Výroby nových: rodiny s deťmi, Gastro a lokálne pivovary a vinárne, Sprievodca po Bratislave, Malý sprievodca Bratislavou, Primaciálny palác, Brožúra BCC karta, update
- MICE brožúry, update Bratislava Meeting planners guide
- Dotlač existujúcich a zásobovanie členskej základne – celoročne

Merkantil a propagačné nástroje

- Výroba prezentačného merkantilu
- Výroba roll-upov, prezentačného stánku, informačné stojany, bannery a pod.
- Dopĺňanie fotodatabázy – celoročne nákup tematických fotografií



Marketing a MICE aktivity všeobecne

MICE

- Spolupráca na projektoch na pritiahnutie MICE do destinácie
- Projekt SoolNua – konzultačné služby z Írska, celoročne
- Posteventy – fam tripy v spolupráci s SCB a KOČR BRT

Online

- Upgrade aplikácie Bratislava
- Upgrade a úprava web portálu www.visitbratislava.com, nové funkcionality
- Update www.bratislavacvb.com – podstránka visitbratislava.com (MICE)

Štatistiky a dokumenty

- Prieskum preferencií návštevníkov, jednodňoví návštevníci
- Cyklosčítačky
- Zadanie ku komunikačnej stratégii BTB pre roky 2017-2020





BRATISLAVA
TOURIST BOARD

PR a komunikačné aktivity všeobecne

PR a komunikácia v zahraničí

- ZIMNÁ ONLINE KAMPAŇ - športové eventy, fašiangy / Rakúsko, Česko, Nemecko
- OUTDOOR A ONLINE KAMPAŇ NA TÉMU LIKE A KING v období máj-jún na cieľových trhoch / Rakúsko (v spolupráci s OBB), Nemecko (v spolupráci s Ryanairom), Belgicko (v spolupráci s Ryanairom)
- JESENNÁ KAMPAŇ - téma víno (šport) Česko, Rakúsko, Maďarsko
- ZIMNÁ KAMPAŇ – Vianočné trhy, Silvester, podujatia
- KAMPAŇ NA PODPORU PRODUKTU Bratislava Goes Classical - Rakúsko, Česko, Nemecko
- DIGITÁLNA KAMPAŇ – MICE inovatívna kampaň na sociálnych sieťach pred a po IMEX a EIBTM Barcelona
- ĎALŠIE KOMUNIKAČNÉ NÁSTROJE - sociálne siete (Facebook, Instagram, Twitter, Youtube, LinkedIn) tlačové správy, tlačové konferencie, newsletter, newsletter pre cieľovú skupinu MICE, PR články

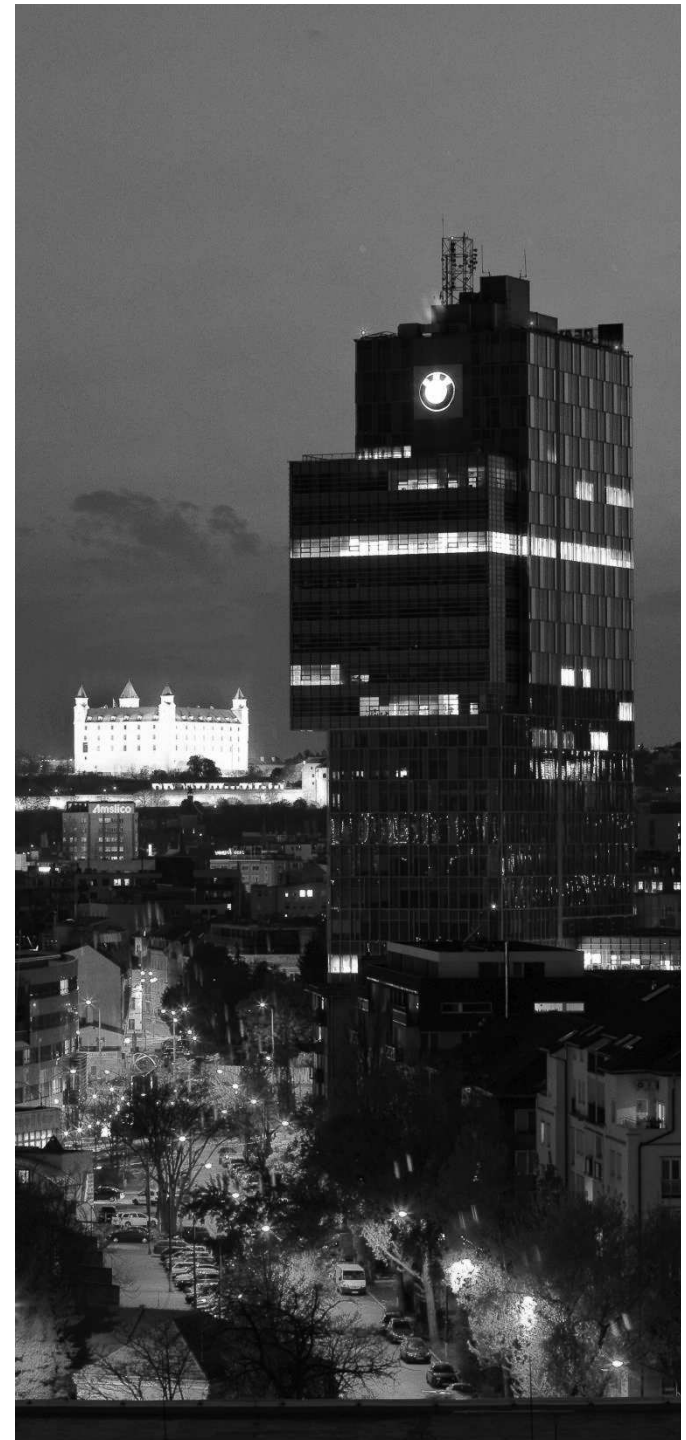
PR a komunikačné aktivity všeobecne

PR a komunikácia doma

- KAMPAŇ NA PODPORU DCR – BCC karta, Bratislava Goes Classical, produkty členov / všetky vstupné brány do mesta, rádio, printové médiá, online, MHD
- INZERCIA V PRINTOVÝCH MÉDIÁCH – propagácia BA v mienkotvorných periodikách doma a v zahraničí
- ĎALŠIE KOMUNIKAČNÉ NÁSTROJE - sociálne siete (Facebook, Instagram, Twitter, Youtube) tlačové správy, tlačové konferencie, newsletter, PR články
- INFOCESTY, PRESS TRIPY A FAM TRIPY - pre novinárov, TV, blogerov, tour operátorov s cieľom zvýšenia povedomia o BA prostredníctvom ich článkov, TV dokumentov, blogov, zaradenia BA do katalógu ponúkaných destinácií
- Samostatný FAM TRIP pre 20 hosted buyers



BRATISLAVA
TOURIST BOARD





BRATISLAVA
TOURIST BOARD

Vytvorené
© Bratislava Tourist Board
Ing. Alžbeta Melicharová
melicharova@visitbratislava.com

Ďakujem