

## Správa zo služobnej cesty

### 8. stretnutie pracovnej skupiny City Cards, Valencia 3. - 4.10.2019

BTB je členom pracovnej skupiny City Cards, ktorá pôsobí pri organizácii European Cities Marketing (v súčasnosti združuje 39 európskych miest, na poslednom stretnutí vo Valencii sa prezentovali 4 noví členovia – Janov, Rotterdam, Bled a Manchester). V poradí už 8. výročného stretnutia tejto pracovnej skupiny sa zúčastnili – projektový manažér Bratislava CARD Eva Mazuchová a pracovníčka zodpovedná za podporu predaja a distribúciu BC Monika Výbochová.

Hlavnými témami tohto dvojdňového stretnutia boli: digitálna karta ako najnovší trend vo vývoji turistických kariet a mestská karta pre rezidenta, ktorý je tiež dôležitým „návštevníkom“ mesta.

Stretnutie otvoril zástupca riaditeľa Valencia Tourism pán Joan Carles Cambrils, ktorý predstavil Valenciú a samotnú činnosť organizácie Valencia Tourism, ktorá je manažovaná mestom. Valencia má 800.000 obyvateľov, návštevnosť za rok 2018 bola 2.064.000 turistov a počet prenocovaní dosiahol 4.974.000.

Na pódiu ho vystriedali zástupcovia **Valencia Tourism** Blanca Vilana a José Manuel Camarero, ktorí prezentovali **Valencia Tourist Card (VTC)**, čipovú kartu, ktorá ponúka 20 bezplatných vstupov, 2 vouchery na tapas a drink zadarmo a zaujímavé percentuálne zľavy. Karta je cenovo výhodná, cenovo porovnateľná s Bratislava CARD. Valencia Tourism ako mestská organizácia však na rozdiel od nás nemusí platiť múzeám náhradu za vstupy (vstupné do múzeí je vo všeobecnosti veľmi nízke) a preto si môžu dovoliť predávať kartu za nízke ceny (1/15 €, 2/20 €, 3/25 €). Valencia Tourism má veľmi dobrú spoluprácu s dopravným podnikom, ktorému platí nízke ceny len na základe reálneho využitia MHD turistami (využívajú NFC technológiu v metre a autobusoch). Deti, študenti, seniori a skupiny nad 20 osôb benefitujú z 15% zľavy na VTC, pri nákupe na e-shope je zľava 10%. V roku 2018 predali 81.000 kusov kariet, najviac sa ich predá v TIC na letisku. Karty predávajú aj prostredníctvom 4 smart kioskov. Automat dokáže vydať kartu aj oproti voucheru, ktorý bol zakúpený online, rovnako dobiť kartu na ďalšie použitie. Jeden smart kiosk stojí 12.000 – 18.000 €, vyrába sa presne pre potreby daného mesta a je dodávaný spolu so skenermi a plastovými kartami. Tieto smart kiosky dodáva na mieru firma PALMA TOOLS z Madridu. Valencia Tourism plánuje digitalizovať ich turistickú kartu do 2 rokov.

Prvá časť workshopu bola venovaná téme vytvárania kariet pre rezidentov. Vedúci pracovnej skupiny CC Gianluca Gamaggio z Barcelony považuje tvorbu kariet pre rezidentov za trendovú – avšak zúčastnení projektívni manažéri turistických kariet neboli týmto trendom nadšení.

Prácu s rezidentmi predstavili zástupcovia z Only Lyon, Visit Gdansk, Visit Oslo a Tel Aviv Global & Tourism, a to nasledovnou formou:

1. **Only Lyon** spustil tento rok kartu pre rezidentov – *Lyon City Card 365* - karta platí 1 rok a stojí 31 € pre dospelých a 20 € pre deti a mládež od 4 do 15 rokov. Držitelia tejto karty majú možnosť využiť 3 bezplatné vstupy do atrakcií (možný výber z 38 atrakcií) + môžu bezplatne absolvovať jednu prehliadku mesta, ktorú organizuje organizácia Only Lyon. Only Lyon vytvoril túto kartu len ako svoj doplnkový produkt, pretože mesto Lyon už nejaké benefity pre rezidentov ponúka.

2. **Visit Gdansk** (verejná organizácia – asociácia, združuje 150 členov) – na popud primátora mesta Gdansk vytvorili v roku 2017 kartu pre rezidentov – Jestem z Gdanska. Na začiatku v nej bolo zahrnutých 20 partnerov, z toho 10 all inclusive (možné využiť 1x ročne) a 10 zliav. Karta stojí 0,25 € (karta nemôže byť bezplatná, pretože musia odvádzať dane). V súčasnosti je v projekte zapojených 105 partnerov (z toho 25 all inclusive a 80 zľavových) a v tomto období využíva kartu ca 200.000 rezidentov. Typ zliav: múzeá, ZOO, športové zariadenia, divadlá, koncerty, reštaurácie, obchody a i. Majú aj špeciálnu kartu pre rodiny s deťmi – **ZOO balíček**, a to z toho dôvodu, že ZOO je najpopulárnejšou atrakciou v meste. Celý rok môžu držitelia tohto balíčka navštevovať ZOO neobmedzene a táto karta stojí 12 €. V rámci karty Jestem z Gdanska majú deti a študenti do 24 rokov bezplatnú verejnú dopravu. Celú túto kartu financuje mesto Gdansk.
3. **Visit Oslo** – súkromná organizácia, nerobia žiadnu kartu pre rezidentov. Len v rámci vzdelávania obyvateľov mesta organizujú každoročne v apríli jednodňové podujatie Turistom vo vlastnom meste, na ktorý prispieva mesto sumou 30.000 € a dopravcovia a múzeá sumou 900.000 €. Tourist board zabezpečuje celý marketing a PR aktivity tohto podujatia. Rezidenti získajú od Visit Oslo pas, ktorý ich oprávňuje navštíviť bezplatne počas tohto dňa 70 zariadení a využíva to ca 40.000 rezidentov Osla.
4. **Tel Aviv Global & Tourism** – je súkromnou organizáciou, ktorá spolupracuje s mestom. Nemajú v portfóliu svojich služieb turistickú kartu, len kartu pre rezidentov s názvom DIGITEL. Karta funguje na princípe aplikácie, držitelia dostávajú aktuálne info podľa svojich preferencií, kde môžu kartu využiť, napr. bezplatné hodiny jogy, lacné lístky na kultúrne podujatia, atď... Túto appku neustále naplňa a aktualizuje 10 zamestnancov, mesto im to plne financuje. V roku 2020 plánujú zaviesť takúto digitálnu kartu aj pre turistov.

Druhá časť workshopu bola venovaná digitalizácii kariet. So svojimi skúsenosťami z digitalizácie turistickej karty sa podelili mestá Amsterdam, Tallin a Kodaň.

1. **Boudewijn Bokdam z Amsterdam & Partners** prezentoval I Amsterdam Card, ktorú prevádzkujú od roku 1966. V roku 2018 predali 160.000 ks kariet, avšak pribudla im silná konkurencia v podobe Amsterdam Pass, ktorý má agresívny marketing, čo sa odzrkadľuje na klesajúcej predajnosti ich karty. Aplikáciu spustili v apríli 2019, zatiaľ evidujú 82.000 stiahnutí. Celý vývoj a spustenie aplikácie stáli okolo 70.000 €.
2. **Kersti Papp z Visit Tallinn** prezentovala ich digitálnu Tallinn Card, ktorá funguje od roku 2018, kedy predali 18.000 ks kariet, z toho 18% predstavoval online predaj. Ich digitálna karta funguje na jednoduchom princípe – klient dostane na svoj e-mail pdf a QR kódom. Pri kúpe karty online ponúkajú zľavu 1 €. Pri spustení aplikácie museli zabezpečiť aj nové skenery, ktoré sú schopné čítať QR kódy, vo verejnej doprave využívajú čítačky dopravného podniku. Na online predaj je naviazaný aj automatický feedback, na ktorý však reaguje len 13% držiteľov karty.
3. **Thomas Persson z Wonderful Copenhagen** predstavil ich digitálnu kartu, ktorú reálne spustili v roku 2019. Predchádzal jej však takmer 2-ročný vývoj s nákladmi 200.000 €. Podiel z predaja digitálnej karty predstavuje 24% z celkového predaja karty. Aj napriek vysokým investíciám sa pri spustení digitálnej karty borili s veľkými problémami, padal im systém, prvých 1000 klientov si muselo vyzdvihnúť plastovú kartu v TIC, ktorú pre nich museli špeciálne vytlačiť. Digitálna karta slúži aj na plánovanie pobytu v meste, prostredníctvom appky informujú, ktorá atrakcia je v daný deň zatvorená, kde je aká uzávera, skrátka, aplikácia si vyžaduje nepretržitú aktualizáciu. Majú aj jej offline verziu – špeciálne pre klientov z USA a Ázie, ktorí neveria online verzii.

Druhý deň workshopu bol venovaný predstaveniu spoločnosti Expedia Group Media Solutions pani Silviou Martinez, súhrnnej správe o výkonoch členov pracovnej skupiny City Cards pri predaji a akceptácii turistických kariet a na záver mali účastníci po prvýkrát na výber zúčastniť sa dvoch zo štyroch špecializovaných workshopov podľa vlastnej preferencie: Predaj a distribúcia, Digitalizácia, Rozvoj produktu a Turistická karta pre začiatočníkov.

Stretnutie pracovnej skupiny City Cards sa uskutoční v roku 2020 v Lisabone. Od roku 2021 sa budú všetky stretnutia pracovných skupín konať v mesiacoch máj – jún, nie na jeseň, ako bolo tomu doposiaľ.

### **Zaujímavé postrehy z okrúhlych stolov:**

1. Visit Antwerpen tlačí pre hotely ubytovacie kartičky, pričom jedna vnútorná strana je venovaná prezentácii Antwerp City Card – je tam umiestnený QR kód, cez ktorý sa hostia dostanú priamo na predaj karty. Kartičky pre hotely tlačia na svoje náklady.
2. Vienna Tourist Board spolupracuje s hotelmi v rámci affiliate programu, t.j. hotel dostane províziu 5% z ceny karty, ak sa ich klient presmeruje na stránku VTB a kartu si kúpi.
3. Lyon Tourism ponúka hotelom do balíčkov kartu so zľavou 34%.
4. Geneva Tourism nemá appku a ani ju neplánuje. Ročne predajú ca 10.000 ks kariet, bol by to pre nich zbytočný náklad a postačuje im predaj cez web. V hoteli ubytovaní turisti majú v Ženeve bezplatnú MHD.
5. Stuttgart Marketing platí za využitie dopravy držiteľom karty či už v meste alebo regióne za každú predanú kartu 2 € bez ohľadu na typ a cenu karty.
6. Visit Berlin platí atrakciám za využitie služby Skip the line o 1,5 – 2 € viac, nakoľko je po nej veľmi veľký dopyt.
7. Visit Berlin prevádzkuje 40 druhov kariet – vrátane detských či seniorských. Majú aj all inclusive kartu, najviac sa však predáva zľavová karta, ktorá umožňuje neobmedzené cestovanie verejnou dopravou a zľavy od 25 do 50%.
8. V Budapešti platia subjekty Budapest Tourism & Festival Centre za participáciu v karte 500 – 1 000 € ročne.
9. Barcelona Turisme neakceptuje zľavy pre držiteľov Barcelona Card nižšie ako 20%.
10. Barcelona Turisme nemá s novinármi a bloggermi žiadne náklady vďaka vynikajúcej spolupráci s hotelmi cez Barcelona Convention. Hotely poskytujú ubytovanie pre blogerov a novinárov – hostí Barcelona Turisme – zadarmo.
11. Visit Manchester mal v zámere urobiť kartu aj pre futbalových fanúšikov, ale futbalový klub s tým nesúhlasil.
12. Wonderful Copenhagen považuje za najlepšie nástroje propagácie destinácie – Google Ads, Facebook a cielenie kampaní cez push marketing. Na svojej webstránke majú otázku – Chcete získať 10 tipov ku Kodani? Potom ako dostanú otázku, ciele informujú potenciálneho hosťa ca 14 dní pred jeho návštevou cez e-mail o tom aké podujatia, atraktivity môže v termíne svojej návštevy absolvovať.
13. Wonderful Copenhagen vydáva na marketingové aktivity bezplatne 2000 ks kariet ročne. Majú vytvorenú aj VIP CARD pre novinárov s vybranými zľavami – vizuál tejto karty je ten istý ako vizuál klasickej turistickej Copenhagen Card.

Bratislava, 10.10. 2019

Eva Mazuchová .....

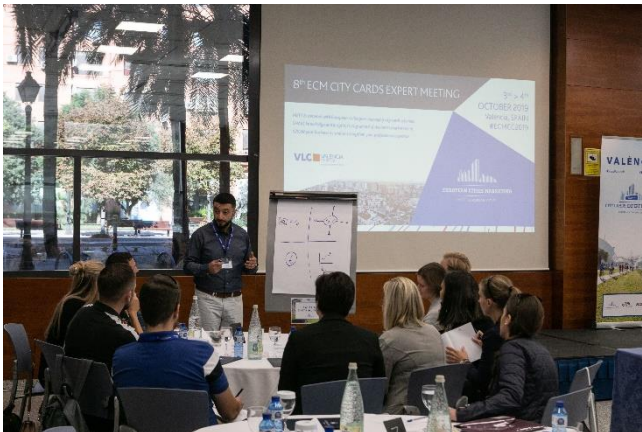
Monika Výbochová.....

## Fotopríloha

Prezentácie a diskusie za okrúhlymi stolmi



Špecializované workshopy - Predaj a distribúcia a Rozvoj produktu



Turistické informačné centrum Valencia Turisme na letisku a prezentácia Smart kiosku

