

**Z M L U V A**  
**o poskytnutí dotácie z rozpočtovej kapitoly Ministerstva dopravy, výstavby  
a regionálneho rozvoja Slovenskej republiky**

uzatvorená podľa § 29 zákona č. 91/2010 Z. z. o podpore cestovného ruchu v znení neskorších  
predpisov (ďalej len „zákon č. 91/2010 Z. z.“)

(ďalej len „zmluva“)

medzi zmluvnými stranami

**Poskytovateľ:** **Ministerstvo dopravy, výstavby a regionálneho rozvoja  
Slovenskej republiky**  
Sídlo: Námestie slobody č. 6, 810 05 Bratislava  
Zastúpený: Ing. Martin Čatloš, vedúci služobného úradu  
*Poverený ministrom dopravy, výstavby a regionálneho rozvoja  
Slovenskej republiky v Organizačnom poriadku Ministerstva dopravy,  
výstavby a regionálneho rozvoja Slovenskej republiky*  
IČO: 30416094  
DIČ: 2020799209  
Bankové spojenie:  
Výdavkový účet:  
Príjmový účet:  
Depozitný účet:  
SWIFT:

(ďalej len „poskytovateľ“)

a

**Prijímateľ:** **Bratislavská organizácia cestovného ruchu**  
Sídlo: Primaciálne námestie 1, 814 99 Bratislava  
Zastúpený: MUDr. František Stano, predseda predstavenstva  
PhDr. Katarína Lettrichová, podpredsedníčka predstavenstva  
IČO: 42259088  
DIČ: 2023399455  
Bankové spojenie:  
Číslo účtu:  
SWIFT:  
Zapísaný: v Registri oblastných organizácií cestovného ruchu Ministerstva  
dopravy, výstavby a regionálneho rozvoja SR č. 28351/2011/SCR

(ďalej len „prijímateľ“, spolu ďalej len „zmluvné strany“, jednotlivito „zmluvná strana“)

## **Článok 1**

### **Predmet zmluvy**

1. Predmetom zmluvy je účelové poskytnutie dotácie zo štátneho rozpočtu na podporu realizácie projektu podľa prílohy č. 1 (ďalej len „projekt“) zameraného na realizáciu aktivít, ktoré sú spojené s hlavným predmetom činnosti prijímateľa (ďalej len „aktivity“) v celkovej výške 18 000,00 eur (slovom: osemnásťtisíc eur).
2. Dotácia je podľa § 8 ods. 4 zákona č. 523/2004 Z. z. o rozpočtových pravidlách verejnej správy a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov (ďalej len „zákon č. 523/2004 Z. z.“) určená na úhradu kapitálových výdavkov na podporu aktivít v nasledovnom členení:

#### **Výška dotácie (eur)**

#### **Aktivity v rámci kapitálových výdavkov**

- |                                       |           |
|---------------------------------------|-----------|
| 2. 1. Infraštruktúra cestovného ruchu | 18 000,00 |
|---------------------------------------|-----------|
3. Prijímateľ je oprávnený, na základe predchádzajúceho písomného stanoviska poskytovateľa, vykonať presun finančných prostriedkov medzi jednotlivými aktivitami uvedenými v ods. 2, a to najviac do výšky 20 % z poskytnutej dotácie. Poskytovateľ zaujme k žiadosti prijímateľa týkajúcej sa presunu finančných prostriedkov písomné stanovisko formou akceptačného listu. Presuny finančných prostriedkov medzi jednotlivými aktivitami uvedenými v ods. 2 nad 20 % z poskytnutej dotácie je možné vykonať len formou dodatkov k tejto zmluve.
  4. Zmenu charakteru finančných prostriedkov z kapitálových výdavkov do bežných výdavkov je možné vykonať len medzi aktivitami uvedenými v ods. 2 formou dodatku k tejto zmluve na základe rozpočtového opatrenia Ministerstva financií SR. Tieto presuny musia byť odsúhlasené valným zhromaždením prijímateľa.
  5. Presuny finančných prostriedkov podľa ods. 3 je možné realizovať iba na základe riadne zdôvodnenej písomnej žiadosti. Účinnosť požadovaného presunu finančných prostriedkov do 20 % z poskytnutej dotácie nastáva dňom vydania súhlasného stanoviska poskytovateľa s jeho vykonaním. Uvedené sa netýka požadovaného presunu finančných prostriedkov nad 20 % z poskytnutej dotácie, ktorého účinnosť nastáva až dňom po dni zverejnenia dodatku podľa čl. 7 ods. 6. Písomné žiadosti je možné predkladať najneskôr do 30. novembra 2015, po tomto termíne žiadosti nebudú akceptované.
  6. Zmenu charakteru finančných prostriedkov podľa ods. 4 je možné realizovať iba na základe riadne zdôvodnenej písomnej žiadosti s doložením zápisnice z rokovania valného zhromaždenia. Účinnosť požadovanej zmeny nastáva dňom účinnosti dodatku k zmluve. Písomné žiadosti je možné predkladať najneskôr do 31. októbra 2015, po tomto termíne žiadosti nebudú akceptované. Prijímateľ je povinný spolu so žiadosťou o zmenu charakteru finančných prostriedkov vrátiť požadovanú sumu týchto prostriedkov na výdavkový účet poskytovateľa uvedený v záhlaví tejto zmluvy.
  7. Poskytovateľ poskytuje dotáciu podľa zákona č. 91/2010 Z. z. a zákona č. 523/2004 Z. z., a to bezhotovostne a v súlade so zákonom č. 291/2002 Z. z. o Štátnej pokladnici a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov, vo forme kapitálového transferu

na účet prijímateľa uvedený v záhlaví tejto zmluvy, a to najneskôr do 14 dní odo dňa účinnosti tejto zmluvy.

8. Prijímateľ prijíma dotáciu podľa ods. 1 bez výhrad v plnom rozsahu a za podmienok uvedených v tejto zmluve.

## **Článok 2**

### **Podmienky použitia dotácie a povinnosti prijímateľa dotácie**

1. Dotácia je účelovo viazaná. Prijímateľ sa zaväzuje použiť poskytnutú dotáciu na realizáciu projektu podľa čl. 1 ods. 1 a 2.
2. Prijímateľ je oprávnený použiť dotáciu na stanovený účel do 30. septembra 2016, ak boli kapitálové výdavky poskytnuté v roku 2015.
3. Výnosy z poskytnutých prostriedkov po odrátaní poplatkov za vedenie účtu (okrem poplatkov za založenie a zrušenie účtu) sú podľa § 7 ods. 1 písm. m) zákona č. 523/2004 Z. z. príjmom štátneho rozpočtu. Prijímateľ je povinný odvieť na príjmový účet poskytovateľa uvedený v záhlaví tejto zmluvy kladný rozdiel medzi výnosmi a poplatkami za vedenie účtu najneskôr do 10. októbra 2016.
4. Prijímateľ je povinný zaslať poskytovateľovi písomne v lehote uvedenej v odseku 3 tohto článku zmluvy nielen informáciu o platbe výnosov, ale aj informáciu o tom, že výnosy nevznikli.
5. Prijímateľ je povinný pri použití dotácie dodržať maximálnu hospodárnosť, efektívnosť, účinnosť a účelnosť ich použitia v súlade s ustanovením § 19 ods. 3 zákona č. 523/2004 Z. z. Prijímateľ je povinný pri použití dotácie postupovať v súlade s ustanoveniami zákona č. 25/2006 Z. z. o verejnom obstarávaní a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov (ďalej len „zákon č. 25/2006 Z. z.“); zákona č. 502/2001 Z. z. o finančnej kontrole a vnútornom audite a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov (ďalej len „zákon č. 502/2001 Z. z.“) a zákona č. 595/2003 Z. z. o dani z príjmov v znení neskorších predpisov (ďalej len „zákon č. 595/2003 Z. z.“).
6. Prijímateľ je povinný o poskytnutej dotácii viesť účtovnú evidenciu v súlade so zákonom č. 431/2002 Z. z. o účtovníctve v znení neskorších predpisov (ďalej len „zákon č. 431/2002 Z. z.“), pričom je povinný viesť oddelene výnosy a náklady spojené s jeho hlavnou činnosťou súvisiacou s rozvojom cestovného ruchu a výnosy a náklady na jeho prevádzkovú činnosť.
7. Prijímateľ je povinný investičný majetok nadobudnutý, v súlade so zákonom č. 595/2003 Z. z., z dotácie určenej na kapitálové výdavky, užívať na plnenie úloh v rámci jeho predmetu činnosti alebo v súvislosti s ním, udržiavať ho v riadnom stave, využívať všetky právne prostriedky na jeho ochranu a dbať, aby nedošlo k jeho poškodeniu, strate, zničeniu alebo zmenšeniu. Ak prijímateľ bez predchádzajúceho písomného stanoviska poskytovateľa, vykoná odplatný prevod investičného majetku nadobudnutého z dotácie, alebo jeho časti, alebo ho prevedie darovacou zmluvou na iné osoby, je povinný bez

- zbytočného odkladu, najneskôr však do 30 dní odo dňa, kedy k odplatnému prevodu alebo darovaniu došlo, vrátiť poskytnutú dotáciu v plnom rozsahu:
- a) na výdavkový účet poskytovateľa uvedený v záhlaví tejto zmluvy, pokiaľ k vráteniu dotácie dôjde do 31. decembra 2015, alebo
  - b) na depozitný účet poskytovateľa uvedený v záhlaví tejto zmluvy, pokiaľ k vráteniu dotácie dôjde po 1. januári 2016.
8. Prijímateľ nesmie použiť dotáciu na úhradu výdavkov spojených s aktivitami uvedenými v § 30 ods. 3 zákona č. 91/2010 Z. z. a na úhradu výdavkov, ktoré nemajú priamy vzťah k projektu uvedenému v čl. 1 ods. 1.
  9. Prijímateľ nesmie previesť dotáciu na iný účet ako účet, na ktorý mu bola poskytovateľom poskytnutá. Prijímateľ bude čerpať dotáciu z účtu, na ktorý mu bola poskytovateľom poskytnutá formou priamej platby, uvedené sa netýka refundácie výdavkov spojených s realizáciou projektu podľa ods. 10.
  10. Poskytovateľ bude akceptovať aj výdavky prijímateľa spojené s realizáciou projektu podľa čl. 1 ods. 1 a 2, ktoré prijímateľ vynaložil pred účinnosťou tejto zmluvy, avšak výlučne vtedy, ak boli vynaložené v roku 2015 na úhradu výdavkov na aktivity podľa čl. 1 ods. 1 a 2.
  11. Ak prijímateľ nebude realizovať projekt alebo v rámci neho niektorú z podporených aktivít, na ktoré bola dotácia podľa čl. 1 poskytnutá, je povinný bezodkladne písomne o tejto skutočnosti informovať poskytovateľa a vrátiť dotáciu buď v plnom rozsahu, ak nerealizuje celý projekt, alebo v rozsahu výdavkov nerealizovanej aktivity, najneskôr však do 31. decembra 2015 na výdavkový účet poskytovateľa uvedený v záhlaví tejto zmluvy.
  12. Ak prijímateľ nevyčerpá celú poskytnutú dotáciu, je povinný jej nevyčerpanú časť bez zbytočného odkladu vrátiť poskytovateľovi, najneskôr však do 10. októbra 2016, a to nasledujúcim spôsobom:
    - a) na výdavkový účet poskytovateľa uvedený v záhlaví tejto zmluvy, ak ich vracia do 31. decembra 2015, alebo
    - b) na depozitný účet poskytovateľa uvedený v záhlaví tejto zmluvy, ak ich vracia v čase od 1. januára 2016 do 10. októbra 2016.
  13. Prijímateľ je povinný umožniť poskytovateľovi vykonať vecnú kontrolu, priebežnú finančnú kontrolu alebo následnú finančnú kontrolu hospodárenia s poskytnutou dotáciou podľa zákona č. 502/2001 Z. z.
  14. V prípade zistenia neúčelného použitia dotácie možno túto dotáciu krátiť až do výšky 100 %. Prijímateľ je povinný bezodkladne krátenú časť dotácie vrátiť v termíne a na účet určený poskytovateľom. Rovnakým spôsobom je poskytovateľ oprávnený postupovať aj v prípade, ak prijímateľ neumožní vykonanie tejto kontroly.
  15. Použitie dotácie podlieha podľa § 8a ods. 7 zákona č. 523/2004 Z. z. povinnému ročnému zúčtovaniu so štátnym rozpočtom, ktorého spôsob určuje Ministerstvo financií Slovenskej republiky (ďalej len „MF SR“). Poskytovateľ je povinný o spôsobe vykonania zúčtovania so štátnym rozpočtom písomne informovať prijímateľa, a to obratom po doručení pokynu na zúčtovanie vzťahov so štátnym rozpočtom za rok 2015 z MF SR.

16. Prijímateľ je povinný pri propagácii projektu alebo jeho jednotlivých aktivít uvádzať logo poskytovateľa a zároveň uviesť, že projekt alebo jeho aktivita je realizovaná s finančnou podporou poskytovateľa.

### **Článok 3** **Vyúčtovanie dotácie**

1. Prijímateľ je povinný vykonať vyúčtovanie použitia dotácie a toto vyúčtovanie zaslať poskytovateľovi najneskôr v týchto lehotách:
  - a) do 10. apríla 2016, ak boli finančné prostriedky použité do 31. decembra 2015,
  - b) do 10. októbra 2016, ak boli finančné prostriedky použité do 30. septembra 2015,pričom vyúčtovanie dotácie je základnou podmienkou pre poskytnutie dotácie v nasledujúcom roku.
2. Vyúčtovanie poskytnutej dotácie na realizáciu projektu, musí obsahovať tieto samostatné časti:
  - a) vecné vyhodnotenie projektu podľa jednotlivých aktivít,
  - b) finančné vyúčtovanie poskytnutej dotácie podľa jednotlivých aktivít podľa čl. 1 ods.2.
3. Vecné vyhodnotenie projektu tvorí vyhodnotenie popisu projektu podľa jednotlivých aktivít, dosiahnutie jeho cieľov s uvedením výsledkov podľa indikátorov stanovených v projekte, vyhodnotenie časovej realizácie projektu a účelového použitia dotácie na aktivity podľa čl. 1 ods. 2 tejto zmluvy s uvedením sumy použitej dotácie na jednotlivé činnosti.
4. Finančné vyúčtovanie podľa ods. 2 písm. b) tohto článku tvorí vyúčtovanie dotácie podľa prílohy č. 2 k tejto zmluve; ďalej doklad o odvedení výnosov z poskytnutých prostriedkov poskytovateľovi v súlade s čl. 2 ods. 3 a doklad o vrátení nevyčerpanej dotácie poskytovateľovi v súlade s čl. 2 ods. 12.
5. Vecné vyhodnotenie projektu a finančné vyúčtovanie poskytnutej dotácie budú akceptované, iba ak budú čitateľné a úplné a potvrdené podpisom štatutárneho orgánu prijímateľa alebo ním písomne povereného zástupcu, pričom toto písomné poverenie musí byť prílohou vyúčtovania.
6. Ak prijímateľ nepredloží vyúčtovanie dotácie podľa ods. 1, a to ani na písomnú výzvu poskytovateľa o predloženie vyúčtovania dotácie, alebo ak poskytovateľ zistí nedostatky v predloženej vyúčtovanej dotácii, je prijímateľ povinný podľa pokynov poskytovateľa vyúčtovanie predložiť, alebo zabezpečiť odstránenie zistených nedostatkov v lehote určenej poskytovateľom. V prípade, ak prijímateľ v určenej lehote vyúčtovanie dotácie nepredloží, alebo nezabezpečí odstránenie nedostatkov, je povinný dotáciu poskytnutú na základe tejto zmluvy v plnom rozsahu vrátiť poskytovateľovi do 30 kalendárnych dní od uplynutia lehoty podľa predošlej vety.
7. Ak prijímateľ neodvedie finančné prostriedky vyplývajúce zo zúčtovania podľa čl. 2 ods. 15 na príslušný účet poskytovateľa (v prípade vzniku povinnosti - vratky), je povinný finančné prostriedky vo výške dotácie poskytnutej na príslušný projekt poskytovateľovi v plnom rozsahu vrátiť, a to v lehote do 30 dní odo dňa kedy ho poskytovateľ na vrátenie dotácie písomne vyzval.

8. V prípade zistenia nedostatkov pri hospodárení s dotáciou poskytnutou podľa čl. 1 tejto zmluvy, poskytovateľ zastaví poskytovanie ďalších finančných prostriedkov prijímateľovi, až do ich odstránenia.

#### **Článok 4 Sankcie**

Ak prijímateľ poruší finančnú disciplínu tým, že

- a) poskytne, alebo použije dotáciu v rozpore s určeným účelom podľa čl. 1 (§ 31 ods. 1 písm. a) zákona č. 523/2004 Z. z.), je povinný odvieť finančné prostriedky vo výške porušenia finančnej disciplíny a penále podľa § 31 ods. 3 zákona č. 523/2004 Z. z.,
- b) neodvedie v lehote a rozsahu určenom v čl. 2 ods. 11 a 12 alebo podľa čl. 3 ods. 7 finančné prostriedky poskytovateľovi (§ 31 ods. 1 písm. c) zákona č. 523/2004 Z. z.), je povinný odvieť finančné prostriedky vo výške porušenia finančnej disciplíny a penále podľa § 31 ods. 4 zákona č. 523/2004 Z. z.,
- c) neodvedie v lehote a rozsahu určenom v čl. 2 ods. 3 výnos z poskytnutých prostriedkov na účet poskytovateľa (§ 31 ods. 1 písm. d) zákona č. 523/2004 Z. z.), je povinný odvieť finančné prostriedky vo výške porušenia finančnej disciplíny a penále podľa § 31 ods. 4 zákona č. 523/2004 Z. z.,
- d) použije dotáciu v rozpore s čl. 2 ods. 2 (§ 31 ods. 1 písm. e) zákona č. 523/2004 Z. z.), je povinný zaplatiť penále podľa § 31 ods. 5 zákona č. 523/2004 Z. z.,
- e) umožní bezdôvodné obohatenie získaním finančného prospechu z poskytnutých verejných prostriedkov (§ 31 ods. 1 písm. g) zákona č. 523/2004 Z. z.), je povinný zaplatiť pokutu podľa § 31 ods. 6 zákona č. 523/2004 Z. z.

#### **Článok 5 Doručovanie a komunikácia**

1. Každá komunikácia medzi zmluvnými stranami, vrátane postupu podľa čl. 1 ods. 3 a 4, bude prebiehať prostredníctvom osôb oprávnených pre vecné rokovania. Za poskytovateľa koná generálny riaditeľ sekcie cestovného ruchu a za prijímateľa koná predseda predstavenstva oblastnej organizácie cestovného ruchu spolu s podpredsedníčkou oblastnej organizácie cestovného ruchu.
2. Všetky oznámenia medzi zmluvnými stranami týkajúce sa plnenia zmluvy musia byť vykonané v písomnej podobe a doručené faxom, osobne, elektronicky alebo poštou druhej zmluvnej strane podľa tohto článku zmluvy.
3. Akákoľvek písomná komunikácia medzi zmluvnými stranami sa na účely plnenia zmluvy bude považovať za doručení v prípade:
  - a) doručenia faxom po tom, ako bolo odosielateľovi doručené potvrdenie, že prenos údajov prebehol v poriadku,
  - b) osobného doručenia prostredníctvom kuriérskej služby alebo inak, po jej prijatí,
  - c) doručenia e-mailom, po doručení potvrdenia od príjemcu o prijatí, pričom príjemca nie je oprávnený vo vlastnom e-maile klientovi odmietnuť odoslanie potvrdenia o prijatí e-mailu, alebo
  - d) doporučenej zásielky, k dátumu uvedenému na potvrdení o doručení alebo na potvrdení o tom, že zásielku nemožno doručiť.

4. Za deň doručenia zásielky zmluvnej strane, ktorej bola adresovaná, sa považuje takisto deň:
  - a) v ktorom ju táto zmluvná strana odoprela prijať,
  - b) ktorým márne uplynula odberná lehota pre jej vyzdvihnutie na pošte alebo
  - c) ktorým bola na nej zamestnancom pošty vyznačená poznámka, že “adresát sa odsťahoval”, “adresát je neznámy” alebo iná poznámka, ktorá podľa poštového poriadku znamená nedoručiteľnosť zásielky.

## **Článok 6**

### **Odstúpenie od zmluvy**

1. Pred riadnym splnením záväzkov podľa tejto zmluvy, t. j. pred skončením jej platnosti, môže poskytovateľ odstúpiť od zmluvy v prípade podstatného porušenia zmluvy alebo v prípade zmeny okolností, za ktorých došlo k uzavretiu zmluvy, a to najmä:
  - a) ak sa preukáže, že údaje v žiadosti a dokladoch, na základe ktorých poskytovateľ rozhodol o poskytnutí dotácie, boli nepravdivé, neúplné, zavádzajúce alebo sfaľšované,
  - b) ak prijímateľ bezdôvodne pozastavil realizáciu projektu, alebo tento nerealizoval v rozsahu podľa čl. 1 ods. 1,
  - c) ak sa právoplatne preukáže spáchanie trestného činu v súvislosti s realizáciou projektu,
  - d) v prípade, ak použije dotáciu alebo jej časť v rozpore s touto zmluvou.
2. Odstúpenie od zmluvy je účinné dňom doručenia písomného oznámenia poskytovateľa o odstúpení od zmluvy prijímateľovi. Za doručené sa pritom považuje aj oznámenie, ktoré bolo poskytovateľovi vrátené z dôvodu, že si ho príjemca v odbernej lehote nevyzdvihol, a to aj v prípade, ak sa o tom prijímateľ nedozvedel.
3. Odstúpením od zmluvy nezanikajú nároky poskytovateľa vyplývajúce z porušenia finančnej disciplíny ukladané v súlade so zákonom č. 523/2004 Z. z.

## **Článok 7**

### **Spoločné a záverečné ustanovenia**

1. Táto zmluva sa uzatvára na dobu určitú, a to do času riadneho splnenia záväzkov podľa tejto zmluvy, najmä vysporiadania všetkých finančných záväzkov prijímateľa voči poskytovateľovi.
2. Záväzky obsiahnuté v tejto zmluve nie je možné previesť na tretie osoby. V prípade zániku prijímateľa bez právneho nástupcu je prijímateľ povinný vopred oznámiť túto skutočnosť poskytovateľovi, táto zmluva zaniká, avšak prijímateľ je povinný splniť si všetky svoje zmluvné povinnosti voči poskytovateľovi do doby zániku zmluvy. V prípade zániku prijímateľa s právnym nástupcom je prijímateľ povinný vopred oznámiť aj názov a sídlo svojho právneho nástupcu, na ktorého prechádzajú záväzky z tejto zmluvy.
3. Prijímateľ vyhlasuje, že všetky údaje, ktoré sú uvedené v tejto zmluve, sú úplné, pravdivé a získané v súlade s osobitnými právnymi predpismi. Prijímateľ vyhlasuje, že súhlasí so spracovaním a zverejnením údajov poskytnutých poskytovateľovi v rámci činností súvisiacich s realizáciou dotačného systému poskytovateľa.

4. Táto zmluva nadobúda platnosť dňom jej podpísania obidvoma zmluvnými stranami a účinnosť dňom nasledujúcim po dni jej zverejnenia v Centrálnom registri zmlúv vedenom Úradom vlády Slovenskej republiky podľa § 47a ods. 1 zákona č. 40/1964 Zb. Občiansky zákonník v nadväznosti na § 5a ods. 1 a 6 zákona č. 211/2000 Z. z. o slobodnom prístupe k informáciám a o zmene a doplnení niektorých zákonov (zákon o slobode informácií) v znení neskorších predpisov.
5. Poskytovateľ si vyhradzuje právo upraviť výšku dotácie z dôvodu nedostatku finančných prostriedkov v rozpočte v súvislosti s viazaním výdavkov štátneho rozpočtu Ministerstvom financií Slovenskej republiky podľa § 18 zákona č. 523/2004 Z. z., o čom písomne upovedomí prijímateľa. V takomto prípade poskytovateľ nezodpovedá prijímateľovi za vzniknuté výdavky, ani za prípadnú škodu ani inú ujmu. Poskytovateľ nemá uvedené právo v prípade, ak už bola dotácia podľa čl. 1 ods. 7 pripísaná na účet prijímateľa.
6. Práva a povinnosti zmluvných strán výslovne neupravené touto zmluvou sa spravujú príslušnými ustanoveniami zákona č. 91/2010 Z. z., Obchodného zákonníka, zákona č. 523/2004 Z. z., zákona č. 502/2001 Z. z. a zákona č. 431/2002 Z. z.
7. Ustanovenia tejto zmluvy možno zmeniť len po vzájomnej dohode zmluvných strán, a to výlučne vo forme písomného číslovaného dodatku odsúhlaseného oboma zmluvnými stranami ak táto zmluva neustanovuje inak.
8. Zmluva je vyhotovená v 4 rovnopisoch, 1 rovnopis zmluvy dostane prijímateľ a 3 rovnopisy poskytovateľ.
9. Neoddeliteľnou súčasťou tejto zmluvy sú príloha č. 1 a príloha č. 2.
10. Zmluvné strany vyhlasujú, že zmluvu si riadne prečítali, jej obsahu porozumeli a táto plne zodpovedá ich skutočnej vôli, ktorú prejavili slobodne, vážne, určito a zrozumiteľne, bez omylu, bez časového tlaku alebo jednostranne nápadne nevýhodných podmienok, bez akéhokoľvek psychického alebo fyzického nátlaku.

V Bratislave, \_\_\_\_\_.\_\_\_\_.2015

V Bratislave, \_\_\_\_\_.\_\_\_\_.2015

Za poskytovateľa:

Za prijímateľa:

.....  
Ing. Martin Čatloš  
vedúci služobného úradu

.....  
MUDr. František Stano  
predseda predstavenstva

.....  
PhDr. Katarína Lettrichová  
podpredsedníčka predstavenstva



**PROJEKT****Podpora rozvoja cestovného ruchu, produktov a marketing destinácie Bratislava**

<p>Analýza súčasného stavu (indikátory rozvoja a identifikácia trhu cestovného ruchu v regióne pôsobenia žiadateľa - stručné zhodnotenie)</p>	<p><b>Indikátory rozvoja:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Výška vybratej dane za ubytovanie,</li> <li>- Počet prenocovaní v ubytovacích zariadeniach,</li> <li>- Počet predaných BCC kariet,</li> <li>- Počet návštevníkov v ubytovacích zariadeniach,</li> <li>- Počet zahraničných návštevníkov v ubytovacích zariadeniach,</li> <li>- Počet prenocovaní zahraničných návštevníkov v ubytovacích zariadeniach.</li> </ul> <p><b>Identifikácia trhu cestovného ruchu v meste Bratislava</b></p> <p>Vychádzajúc z ubytovacej štatistiky Bratislavy a perspektívy sú prioritné trhy nasledovné (poradie na základe percentuálneho podielu medzinárodných príjazdov): Česká republika, Nemecko, Poľsko, Rakúsko, Taliansko, veľká Británia, Spojené štáty americké, Francúzsko, Rusko, Ukrajina, Maďarsko, Čína, Španielsko, Chorvátsko a Rumunsko.</p> <p>Podľa štatistických údajov ŠÚ SR v roku 2014 prišlo do Bratislavy 844 524 návštevníkov, čo predstavuje pokles o 10,9 %. Títo návštevníci uskutočnili v Bratislave 1 793 155 prenocovaní (pokles o 6,6 %). Priemerná dĺžka pobytu zahraničných návštevníkov predstavuje 2,12 dňa (+0,09%).</p> <p>V roku 2014 bol zaznamenaný pokles počtu návštevníkov a pokles počtu prenocovaní. Vzhľadom na obzvlášť vysoký nárast počtu návštevníkov v posledných rokoch (2011 + 14,97%, 2012 + 6,17%, 2013 +15,10%) považujeme pokles v tomto roku za prechodný jav, spôsobený do veľkej miery príčinami mimo dosahu destinácie. Stúpajúce percento priemernej dĺžky prenocovaní sú však dobrým signálom destinácie, nakoľko sa predlžuje pobyt návštevníkov.</p> <p>Vzhľadom na fakt, že kompletne štatistiky za rok 2014 ešte neboli poskytnuté Štatistickým úradom Slovenskej republiky, informácie o zdrojových trhoch za rok 2014 vychádzajú z štatistických údajov poskytnutých Štatistickým úradom iba za prvé 3 štvrťroky:</p> <p>Za prvé tri štvrťroky bol zaznamenaný najvyšší počet návštevníkov z Českej republiky (51 350), Nemecka (42 993), Poľska (28 161), Rakúska (25 244), Talianska (22 629), Veľkej Británie (21 854), Spojených štátov amerických (15 125), Francúzska (12 387), Ruska (12 097), Ukrajiny (10 227), Maďarska (9 180), Číny (8 842), Španielska (8 091), Chorvátska (6 479) a Rumunska (6 426). Vývoj štatistiky CR v Bratislave za rok 2014 je súčasťou prílohy žiadosti o dotáciu.</p> <p><b>Cieľové skupiny – produktové línie – hlavné posolstvá:</b></p>
---	---

	<p>1. Návštevníci so záujmom o poznávanie a kultúru (v dvoch kategóriách: 25-55 rokov a 56+) – korunovačné mesto, mesto kultúry, mesto hudby, mesto vína a gastronómie – Chill out in an amazing coronation city.</p> <p>2. Mladí resp. ľudia hľadajúci nové kontakty, kultúry, “scény”, cool trendy, užívajúci si život (v dvoch kategóriách: 16 - 25 a 26+) – moderná metropola na Dunaji, mesto kultúry, hudby, zábavy, športu a relaxu, gastronómie, vína a piva – Chill out in an exciting Danube city.</p> <p>3. Rodiny s deťmi (špecifická programová ponuka pre deti vo veku od 3 do 15 rokov)</p> <p>4. Aktívni ľudia (v dvoch kategóriách: 18 - 55, 56 +) – karpatsko-dunajské dobrodružstvo - Chill out between Danube and Carpathians,, cykloturistika, pešia turistika, adrenalínové aktivity</p> <p>5. MICE segment – doposiaľ neobjavené miesto s krátkymi vzdialenosťami, dobrou infraštruktúrou a medzinárodným dopravným napojením – Meet here.</p> <p>6. Obchodní cestujúci</p> <p>Účelom dotácie je spolufinancovanie vybraných aktivít súvisiacich s hlavným predmetom činnosti organizácie, za akým bola založená. Priebežná systematická realizácia projektu v priebehu celého roka v komplexnom plánovanom rozsahu bude možná len vďaka poskytnutej dotácii na projekt, spolufinancovaniu aktivít z vlastných zdrojov a súčasnému financovaniu personálnych a prevádzkových nákladov z vlastných prostriedkov žiadateľa.</p>
<p>Popis projektu: (stručný popis zámeru, cieľa projektu)</p>	<p><b>Zámer projektu:</b> Projekt je zameraný na realizáciu aktivít, ktoré sú spojené s hlavným predmetom činnosti organizácie cestovného ruchu a tou je podpora rozvoja cestovného ruchu na území Bratislavy ako aj na aktivity smerujúce k zvýšeniu počtu domácich a zahraničných návštevníkov, k predĺženiu ich pobytu na území destinácie, k zvýšeniu výdavkov počas pobytu, a tým k zvýšeniu prínosov, najmä ekonomických, nielen pre dané územia, ale aj pre ekonomiku Slovenskej republiky, vrátane udržania a zvyšovania zamestnanosti v odvetví cestovného ruchu a v súvisiacich odvetviach.</p> <p><b>Cieľ projektu:</b> Cieľom projektu je prostredníctvom vlastných a dotačných prostriedkov:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- zvyšovať hodnotu značky Bratislava ako destinácie</li> </ul>

	<p>cestovného ruchu v domácom, ale aj medzinárodnom meradle prostredníctvom premysleného manažmentu a marketingu destinácie a prostredníctvom aplikácie obvyklých techník zameraných na oblasť značky miesta,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- efektívne manažovať destináciu najmä spoluprácou súkromného a verejného sektora v CR, koordinovať rozvoj cestovného ruchu na území Bratislavy a zabezpečiť strategické smerovanie destinácie na základe získaných analýz, štatistických podkladov a transferom know-how v rámci členstva v národných a medzinárodných organizáciách,</li> <li>- podporovať tvorbu produktov, programov a atraktivít destinácie s cieľovým zameraním najmä na podporu budovania značky Bratislavy cez novodefinované základné produktové línie: korunovačné mesto, mesto kultúry, mesto hudby, mesto vína a vynikajúcej gastronómie, mesto atraktívne pre mladých, mesto športu a adrenalínu, moderná metropola na Dunaji,</li> <li>- zabezpečiť komunikáciu značky Bratislava na domácich a zahraničných trhoch najmä tlačenými propagačnými materiálmi, PR aktivitami a budovaním vzťahov s médiami a novinármi, návštevou veľtrhov, výstav a prezentácií pre širokú verejnosť, rozvíjaním online marketingu a interaktívnej virtuálnej prezentácie, spracovaním virálnych videí z filmových záberov, rozvíjaním nového destinačného portálu na báze Content management system (CMS), rezervačného systému a spracovaním vizuálnej a online prezentácie k webovým stránkam a portálu s grafickým stvárnením, pokračovaním implementácie vytvoreného jednotného dizajnu manuálu na tlačoviny a e-marketing (sociálne siete, vlastné webové profily na turistických portáloch a pod.) a ďalšími propagačnými aktivitami,</li> <li>- aktívne realizovať spoluprácu s odbornou verejnosťou (touroperátormi, medzinárodnými organizáciami a pod.),</li> <li>- aktívne sa zúčastňovať na medzinárodných výstavách, veľtrhoch, workshopoch a prezentáciách v segmente B2B a zúčastňovať sa diania v oblasti CR na území Slovenska prostredníctvom účasti na konferenciách, workshopoch, okrúhlych stoloch a pracovných rokovaníach,</li> <li>- podieľať sa ako kľúčový prvok na trhu na procese zlepšovania turistickej infraštruktúry, najmä informačných služieb v turistických informačných centrách a POI, vrátane získavania, spracovávania a využívania dát za účelom manažovania destinácie a jej benchmarkingu, získaných z nového systému destinačnej karty Bratislava City Card ako produktu cestovného ruchu,</li> <li>- zabezpečovať kontinuálne vzdelávanie ľudí prvého kontaktu v odvetví, sprievodcov CR, zamestnancov organizácie a realizovaním osvetových aktivít pre verejnosť,</li> <li>- pokračovať v realizácii a marketingovej podpore projektu Bratislava goes Classical, projektu WineTour – zážitok z vína a na oživení mestských hradieb.</li> </ul>
--	--

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- zabezpečiť aktívnu realizáciu a marketingovú podporu projektu určeného na podporu domáceho cestovného ruchu - Víkend v meste</li> <li>- podporovať podujatia a iné spoločenské aktivity s cieľom nielen spolupracovať na ich príprave, ale zapojiť sa aj do ich priamej realizácie v súlade s nastavenými produktovými líniami: korunovačné mesto, mesto kultúry, mesto hudby, mesto vína a vynikajúcej gastronómie, mesto atraktívne pre mladých, mesto športu a adrenalínu, moderná metropola na Dunaji.</li> </ul>
<p>Aktivity projektu: (uvedú sa aktivity podľa § 29 ods. 10 zákona, ktoré bude žiadateľ realizovať v rámci projektu)</p>	<p><b>1. Marketing a propagácia</b>, najmä účasť na veľtrhoch, výstavách, prezentáciách, tvorba webového sídla, tvorba loga organizácie cestovného ruchu, elektronický marketing, tvorba zľavových produktov, tvorba propagačných a informačných tlačovín okrem knižných publikácií.</p> <p>Aktivita je spojená s hlavným predmetom činnosti organizácie cestovného ruchu a tou je podpora rozvoja cestovného ruchu na území Bratislavy. <b>Cez zvyšovanie <u>poznateľnosti, odlíšiteľnosti a relevancie značky destinácie</u> dosiahnuť zvýšenie počtu domácich a zahraničných návštevníkov, predĺženie ich pobytu na území destinácie, zvýšenie výdavkov počas pobytu</b> a tým zvýšenie prínosov, najmä ekonomických, nielen pre dané územia, ale aj pre národnú ekonomiku, vrátane udržania a zvyšovania zamestnanosti.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.1. Marketingové aktivity a práca s verejnosťou,</li> <li>1.2. Výstavy a veľtrhy CR, prezentácie,</li> <li>1.3. Audiovizuálna tvorba, informačné systémy,</li> <li>1.4. Tlačená propagácia a edičná činnosť,</li> <li>1.5. Bratislava City Card (Turistická karta),</li> <li>1.6. Členské poplatky organizáciám z oblasti CR.</li> </ol> <p>Medzi strategické ciele BTB v roku 2015 patrí zrealizovanie strategickej /ATL a BTL/komunikačnej kampane v regióne CENTROPE - zahŕňajúca krajiny AT, HU, CZ, SK + DE, zameranú na komunikáciu hlavného mesta – Bratislavy ako destináciu s bohatým zážitkovým potenciálom pre všetky vekové kategórie. Ďalšou prioritou roka 2015 je prezentácia destinácie na svetovej výstave EXPO 2015 v Miláne/ Taliansko/. BTB ju plánuje realizovať interaktívnou formou pre segment leisure a aktivizačnou formou, /workshopy a B2B stretnutiami/ v segmente MICE - konferenčný turizmus.</p> <p>Aj v roku 2015 sa bude organizácia zameriavať na komunikáciu, tak s laickou ako aj odbornou verejnosťou a to nie len prostredníctvom podpory vybraných podujatí, PR- aktivít, ale aj prostredníctvom organizovania infociest – fam tripov, press tripov pre novinárov a konkrétnych MICE inšpekčných ciest na základe prejavenej záujmu o organizovanie kongresov, konferencií na území Bratislavy. Infocesty budú realizované aj v spolupráci so subjektmi, SACR, MZV SR, prípadne iné OOCR/KOCR, partnerské mestá, veľvyslanectvá, ubytovacie</p>

zariadenia, touroperátori, cestovné kancelárie/agentúry, DMC, PCO, subjekty zo segmentu MICE.

Ďalšie aktivity tvoria: nákup a rozširovanie databázy fotografií, monitoring tlače, e-newsletter pre odbornú verejnosť, spravovanie oficiálnych stránok na sociálnych sieťach, kreatívne návrhy v implementácii nových logotypov, preklady textových podkladov do cudzích jazykov, grafické spracovanie komunikačných kampaní, podpora predaja a tvorba tematických propagačných predmetov.

Zvýšenie rozpočtu na veľtrhy oproti r. 2015 odzrkadľuje intenzívnejšie zameranie spolupráce a komunikácií krajiny V4, ktoré sú aj prioritou národného tourist boardu – SACR-u. Vo vzájomnej spolupráci s Bratislava Region Tourism sa druhýkrát bude mesto a región prezentovať samostatne na ploche takmer 130 m<sup>2</sup> okrem Slovakiatour Bratislava aj na Ferien Messe Wien a Holiday Word Praha, čím sa vytvára priestor aj pre aktívnu účasť väčšieho počtu členov BTB. Ďalej v roku 2015 plánuje BTB aktívnu prezentáciu aj na medzinárodných veľtrhoch CR: CMT Stuttgart, Nemecko, Utazás Budapešť, Maďarsko, ITB Berlín, Nemecko, COTTM Beijing City Fair Londýn - Veľká Británia, IMEX Frankfurt, Nemecko, RDA Kolín, Nemecko, WTM Londýn, Veľká Británia, IBTM Barcelona, Španielsko a prípadne iné.

Z tejto aktivity sa budú hradit' všetky náklady spojené s prezentáciami, ako napríklad cestovné náhrady, sprievodný program, prenájmy priestorov a plôch, účastnícke poplatky, diéty, propagačné a prezentačné predmety a materiály, prezentačné regionálne špeciality, degustácie regionálnych vín a špecialít, prezentačné nosiče, steny, roll-upy, plagáty, regály, nosiče na propagačné materiály, poistenie predmetov, preprava materiálov na prezentáciu, ich poistenie, hudobná produkcia, ozvučenie a mnoho iných služieb súvisiacich s komplexnou prezentáciou destinácie.

V tomto roku sa plánuje účasť na významných MICE veľtrhoch, workshopoch a prezentáciách a B2B workshopoch. Počas roka sa plánuje BTB zúčastniť, spoluorganizovať viacero prezentácií pre širokú verejnosť, z ktorých najvýznamnejšou je Dunajský festival (Donaufest) v Bratislave, ale aj Donausalon v Berlíne a mnoho iných podujatí zameraných na prezentáciu Bratislavy podľa schváleného plánu aktivít BTB na rok 2015. Plánuje sa aktívna spolupráca so zahraničnými zastúpeniami SACR na priamych prezentáciách Bratislavy na zahraničných trhoch pred novinármi, CK a inými subjektmi CR.

V oblasti informačných technológií je pozornosť sústredená na spustenie prevádzky novej dotykovej informačnej steny v turistickom centre na Klobučnickej ulici, s podporným technickým servisom a rozvíjanie samostatného nového turistického informačného webu k Bratislava city card, ktorý bude aj súčasťou nového webu: [visitibratislava.com](http://visitibratislava.com).

V tlačenej propagácii a edičnej činnosti postupuje BTB v roku 2015 v súlade schválenej stratégie a držiavania stanoveného edičného plánu so zameraním sa na zabezpečenie dostatočného množstva tlačových materiálov na jednotlivých POI. Zároveň pripravuje novú ideovú líniu marketingových prezentačných materiálov, určených pre uspokojenie dopytu turistického trhu.

## **2. Činnosť turistických informačných centier zriadených organizáciou cestovného ruchu**

Aktivita je spojená s hlavným predmetom činnosti organizácie cestovného ruchu a tou je podpora rozvoja cestovného ruchu na území Bratislavy, konkrétne **zvýšenie informovanosti o produktovej a programovej ponuke** čo najväčšieho počtu návštevníkov mesta a jeho okolia vrátane **poskytovania odborného poradenstva ako aj šírenie osvetu** medzi obyvateľmi.

Cieľ:

Na dosiahnutie cieľov budú realizované nasledovné aktivity:

### 2.1. Činnosť TIC

### 2.2. Osvetové a vzdelávacie aktivity TIC

BTB bude aj v roku 2015 prevádzkovať v Bratislave 2 vlastné stále turistické informačné centrá a sezónne turistické informačné centrá na Hlavnej železničnej stanici a Autobusovej stanici:

1. TIC na Klobučnickej 2 - denne 9:00 – 19:00 (apríl – október), resp. 9:00 – 18:00 (november – marec)
2. TIC na letisku M. R. Štefánika - denne podľa priletov

Priebežné poskytovanie informácií je zabezpečené aj prostredníctvom e-mailu: [touristinfo@bratislava.sk](mailto:touristinfo@bratislava.sk) a telefonicky: 02/16186 pri celkovom personálnom obsadení 8,5 Pri vybraných nosných podujatiach bude poskytovať TIC BTB turistické informácie aj pre návštevníkov priamo v dejiskách podujatí.

Za účelom skvalitnenia poskytovaných služieb, dosiahnutia koordino-vaného pohybu návštevníkov v priestore TIC a vytvorenia diskkrétnej zóny , ako aj ich rýchlejšieho prístupu k informáciám plánuje Bratislavská organizácia CR inštalovať v priestore TIC na Klobučnickej ul. vymedzovacie stĺpiky a 3 veľkoplošné obrazovky vybavené softwérom na rýchle získanie informácií o meste a prezentáciu jeho produktovej ponuky.

V priebehu roka 2015 pripraví TIC BTB pre obyvateľov a návštevníkov mesta tradičné osvetové aktivity (ako napr. Svetový deň CR, Bratislava pre všetkých, Svetový deň sprievodcov, Medzinárodný deň detí a pod.).Prínosom tejto aktivity je predĺženie dĺžky pobytu a zvýšenie výdavkov na služby CR oslovením turistov atraktívnymi informáciami o ponuke a upriamením ich pozornosti na vyplnenie ich času v destinácii, ako aj motivovanie k opakovanej návšteve a zabezpečenie nezabudnuteľného zážitku, ktorý podporuje vytváranie pozitívneho imidžu o destinácii.

### **3. Tvorba a prevádzka rezervačného systému**

Možnosťou priameho objednania služieb, najmä ubytovacích, prostredníctvom rezervačného systému priamo na destinačnej web stránke zvyšovať motiváciu k návšteve, k predĺženiu pobytu na území destinácie a k zvýšeniu výdavkov počas pobytu.

### **4. Tvorba a podpora produktov cestovného ruchu**

Aktivita je spojená s hlavným predmetom činnosti organizácie cestovného ruchu a tou je podpora rozvoja cestovného ruchu na území Bratislavy, k zvýšeniu počtu domácich a zahraničných návštevníkov mesta, k predĺženiu ich pobytu na území destinácie, k zvýšeniu výdavkov počas pobytu a tým k zvýšeniu prínosov, najmä ekonomických, nielen pre dané územia, ale aj pre národnú ekonomiku, vrátane udržania a zvyšovania zamestnanosti

Cieľ:

Z dôvodu stále nedostatočnej programovej a produktovej ponuky pre zahraničných návštevníkov tvorí podpora podujatí a atraktivít druhú najdôležitejšiu oblasť marketingu BTB. Nie len formou pomoci pri ich propagácii (podkapitola aktivity 1.1), ale aj priamym zapojením sa do ich iniciácie, resp. realizácie a ovplyvňovaním z nich plynúcich benefitov pre turizmus (aktivita 4). Ich výber nie je náhodný, ale cielený s jasne definovanými dlhodobými zámermi a podporou budovania značky a základných produktovo-tematických oblastí: korunovačné mesto, mesto vína a gastronómie, vzrušujúce mesto pre mladých, mesto športu, maratónov a adrenalínu, mesto kultúry, moderné mesto na Dunaji, mesto klasickej hudby a prípadne nových tém. Cieľom tejto aktivity je aj aktívna spolupráca s odbornou verejnosťou, partnermi a členmi a vytváranie nových produktových balíčkov (ubytovanie + účasť na podujatí a sprievodných aktivitách) pre rôzne cieľové skupiny.

Na dosiahnutie cieľov budú realizované nasledovné aktivity:

- 4.1 Tvorba a podpora budovania značky a základných produktovo-tematických oblastí destinácie (kľúčové podujatia),
- 4.2. Kongresová Bratislava - zavedenie systému podpory kandidatúr a projektov (MICE),
- 4.3. Stretnutia s odbornou verejnosťou, partnermi, členmi, networking, pracovné skupiny a pod.
- 4.4. Výkon funkcie orgánov BTB

Výsledky:

Kontinuálne zvyšovanie poznateľnosti značky destinácie cez podporu základných produktovo-tematických oblastí. Prínosom je aj udržateľnosť celoročnej programovej ponuky ako dôvodu pre návštevu (resp. predĺženie doby pobytu) destinácie, ktorá je nevyhnutná pre celoročnú sezónu mestského turizmu.

### **5. Podpora atraktivít danej lokality tak, aby sa stali súčasťou stálej ponuky v cestovnom ruchu**

	<p><b>Zámer:</b>  Podporenie kľúčových produktov destinácie obnovením významných pôvodných atraktivít s cieľom ich celoročného využívania pre potreby programovej ponuky pre návštevníkov a predĺženia pobytu v destinácii.</p> <p><b>Cieľ:</b>  Postupne budovanie nových turistických atraktivít v meste, viažucich sa ku kľúčovým produktovým témam – korunovačná Bratislava, mesto vína,...:</p> <p>5.1. Projekt Wine Tour – interaktívny zážitok z vína s cieľom prepojiť centrum mesta, staré vinohradnícke mestské časti Bratislavy/, Vajnory, Rača, Devín, a jeho prímestských vinárskych lokalít patriacich už do Malokarpatskej vinnej cesty, kde sa ešte dodnes dodržiava tradičný lokálny postup - receptúra spracovania výroby, čím sa zabezpečí prívlastková jedinečnosť daného produktu.</p> <p>5.2. Obnova a oživenie mestských hradieb.  Obnova mestských hradieb sa bude realizovať v spolupráci s hl. mestom. Hlavným cieľom a prínosom je zatraktívniť a revitalizovať dlhoročne uzatvorené a verejnosti v roku 2014 sprístupnené mestské hrady. Atraktivnosť tohto nového priestoru bude podporená aj novými podujatiami s historickou tematikou pre širokú verejnosť.</p> <p>5.3. Nové atraktivity a podujatia s celoročnou realizáciou (kultúrne programy pre turistov). Bratislava goes classical je pomenovanie pre nový projekt BTB, ambíciou ktorého je vytvoriť platformu kooperácie najvýznamnejších hráčov na poli klasickej hudby v Bratislave, definovať systém vzájomnej spolupráce týchto subjektov s BTB tak, aby tento systém dlhodobo a obojstranne výhodne jestvoval v záujme zvýšenia efektov v AZCR a rovnako v DCR. Rovnako je cieľom pozitívne vplyvanie na značku BRATISLAVA a jej spotrebiteľské asociácie odvodené od spravidla vysokého stupňa afinity ku kvalite „klasickej hudby“.</p> <p>Zámerom projektu BAGOESCLASS je na pozadí väčšieho prepojenia produktov klasickej hudby a HoReCa segmentu priniesť do Bratislavy viac bonitných klientov predovšetkým z regiónu CENTROPE so zvláštnym dôrazom na Rakúsko, Maďarsko a ich prihraničnú oblasť. Benefitom projektu je možnosť jeho dlhodobého rozvoja odvodená od faktu, že primárne produkty tohto projektu jestvujú aj samostatne na trhu Bratislavy, ale nie sú zasadené v širšom marketingovom, či skôr medzinárodne-marketingovom rámci. Okrem spoločného marketingového postupu zapojených inštitúcií je súčasťou aktivít aj produkcia nových produktov/podujatí v réžii BTB prípadne v koprodukcii s inými subjektmi.</p>
--	---



## **6. Infraštruktúra cestovného ruchu okrem výstavby zariadení určených na ubytovanie**

Zámer:

Nedostatočný informačný a navigačný systém pre peších a mototuristov, v miestach dopravných uzlov, na zastávkach a v prostriedkoch MHD, slabá informovanosť návštevníkov mesta o programovej a produktovej ponuke si aj naďalej vyžaduje zavádzanie a inštaláciu informačno-navigačných systémov, informačných tabúl a stojanov za účelom cielenej distribúcie informácií na frekventovaných bodoch v meste a v miestach dopravných uzlov, ako aj prostredníctvom jednotného informačného systému v hoteloch a v turistických informačných centrách.

Pri zlepšovaní mestskej turistickej infraštruktúry ide o úpravu mestského prostredia v kritických bodoch koncentrácie turistov a o budovanie orientačných informačných tabúl a repasáciu existujúcich (poškodených) Za týmto účelom budú realizované aktivity v štruktúre:

6.1. Rozvoj turistických informačných centier,

6.2. Informačné, orientačné tabule; informačné stojany a plagátovníky v hoteloch a TIC + ich logistika,

6.3. Rozšírenie free WI-FI pokrytia v centre mesta

V roku 2015 BTB plánuje formou cielenej distribúcie informácií o produktoch a programoch spolupracovať prostredníctvom partnerských subjektov a ich informačných centier na vybraných frekventovaných bodoch formou prenájmu reklamného priestoru na prezentačné účely a distribúcie propagačných materiálov celoročne alebo počas hlavnej letnej turistickej sezóny, a to v osobných prístavoch na Schwedenplatz vo Viedni a na Fajnorovom nábr. v Bratislave, na bratislavskej hlavnej železničnej stanici, na autobusovej stanici v Bratislave, v BIKE Point na križovatke dvoch významných medzinárodných cyklotrás Eurovelu 6 a Eurovelo 13 pod mostom SNP na Petržalskej strane Dunaja a na Informačno-predajných miestach Národnej diaľničnej spoločnosti v Brodskom a Čunove (neskôr aj v Kittsee).

Modernizácia informačného centra na Klobučníckej ulici je jednou z priorít BTB. Turistické informačné centrá majú dôležité inovatívne postavenie vo všetkých vyspelých turistických destináciách a to nielen v poskytovaní informácií o službách ale aj v prezentovaní samotných IT noviniek. Aj to je dôvod zmeny súčasného TIC- ku, na moderný, technologicky inovatívny, manuálne jednoducho zvládnuteľný info point. Plánujeme v ňom nainštalovať 3 multimediálne dotykové zobrazovacie zariadenia (monitory), ktoré návštevníkom prostredníctvom interaktívneho systému ponúknu komplexné informácie o danej destinácii. Zákazník – turista, si tak podľa vlastných preferencií a záujmov vyberie požadované informácie. Tieto zariadenia budú slúžiť aj na prezentáciu atrakcií, koncertov, podujatí,

konajúcich sa v destinácii a jej okolí, členov BTB ale aj rôznorodých informácií. Urýchlenie sa očakáva aj v rezervačnom a objednávkovom systéme, prostredníctvom ktorého si návštevníci budú môcť plnohodnotne vybrať a poskladať vlastné balíky.

V spolupráci s členom BTB, spoločnosťou Fox one, s.r.o., ktorá vlastní sieť bodov s internetovým pripojením (bývalé telefónne búdky), plánuje BTB rozšíriť počet voľne dostupných WI-FI pripojovacích bodov a rozšíriť tak pokrytie bezplatnej dostupnosti pre šírenie informácií o destinácii a záujmu návštevníkov stiahnuť si do mobilných zariadení destinačné aplikácie.

Prínosom aktivity bude lepšia orientácia turistov po príchode do destinácie a lepšia informovanosť o produktoch a programovej ponuke.

#### **7. Zabezpečenie strategických, koncepčných a analytických materiálov a dokumentov, štatistik a prieskumov**

Zámer a cieľ:

Efektívne vypracovávať marketingový plán zameraný na cieľové trhy a segmenty trhu podľa reálnych štatistických ukazovateľov je možné len prostredníctvom vhodne zozbieraných dát a ich spracovania. Preto je dôležité obstaráť aj v roku 2015 prieskum jednodňových návštevníkov a zisťovať štruktúru ich výdavkov, aby boli zachytené aj trendové zmeny v ich spotrebiteľskom správaní medziročne. Zároveň plánuje BTB zaobstaráť zisťovanie ďalších štatistických ukazovateľov potrebných pre nastavenie vhodných strategických rozhodnutí a praktík destinačného manažmentu. Organizácia plánuje nákup odborných publikácií, štatistických a prieskumných štúdií a iné. BTB plánuje zaobstaráť viacero analýz a prieskumov, ktoré budú podkladom pre tvorbu a realizáciu monitorovacej správy a strategických materiálov organizácie zameraných na rozvoj cestovného ruchu na území Bratislavy. Zároveň BTB by rada v roku 2015 zabezpečila výskum a štatistické zisťovanie v oblasti kongresového cestovného ruchu zameraného na posúdenie konkurenčnej polohy, kvality služieb, mize infraštruktúry mesta Bratislavy v rámci Európy spojenú s posúdením jednotlivých kandidátúr pre rôzne kongresy a konferencie vrátane benchmarkingu s mestskými destináciami v Európe.

#### **8. Zavedenie hodnotiaceho systému kvality služieb**

BTB neplánuje zatiaľ samostatne riešiť otázku zavedenia hodnotiaceho systému kvality služieb v destinácii. Pripravuje len zavedenie hodnotenia kvality sprievodcovských služieb. Vzhľadom na pripravovaný systém hodnotenia kvality služieb na celonárodnej úrovni, BTB preferuje možnosť byť súčasťou takéhoto jednotného riešenia. V prípade jeho realizácie v roku 2015 je BTB pripravené zapojiť sa s použitím vlastných prostriedkov.

## **9. Vzdelávacie aktivity zamerané na skvalitnenie a rozvoj destinácie a cestovného ruchu v nej**

### Zámer a ciele:

Projekt zahŕňa plán činností na organizovanie vzdelávacích aktivít pre osoby prvého kontaktu, členov BTB, sprievodcov CR za účelom zvyšovania kvality poskytovaných služieb v cestovnom ruchu a informovanost o destinácii. Do tejto časti aktivity sa plánuje taktiež priama účasť pracovníkov organizácie na odborných workshopoch a seminároch, kurzoch zameraných na zvýšenie odbornosti a kvalifikácie všetkých zamestnancov organizácie ( marketing, destinačný manažment, convention bureau, TIC). Zároveň sa z tejto kapitoly plánujú hradiť účastnícke poplatky, stravovacie a ubytovacie náklady, odmeny za prednáškovú činnosť, nájomné za prednáškové priestory a potrebné technické vybavenie, cateringové služby spojené s touto aktivitou, tlmočnicke služby, transfery v rámci destinácie, ubytovacie služby, prípadne iné náklady na akcie, sprievodný program a výdavky na transfer know-how. Do tejto aktivity taktiež plánuje BTB financovať vzdelávacie kampane pre poskytovateľov služieb a ich zamestnancov a doškoloňovacie aktivity pre sprievodcov CR na zabezpečenie ich výkladov kvalitných a kvalifikovaných informácií o destinácii. BTB plánuje zorganizovať aj odborné konferencie v oblasti kongresového cestovného ruchu.

Počas roka sa plánuje BTB zúčastniť na zahraničných a domácich workshopoch, prezentáciách, konferenciách, seminároch ako napríklad ECM odborných stretnutiach, ICCA konferenciách a vzdelávaniach, AICES, European City Cards, Dunajskej cesty cisárov a kráľov, Danube Competence Center, a iných odborných konferenciách, rokovaníach, workshopoch, pracovných stretnutiach sekcie CR MDVRR SR, školeniach so zameraním na verejné obstarávanie, vzdelávacích aktivitách Turistického informačného centra, vzdelávacích kampaň pre poskytovateľov služieb (hotely, gastronomické prevádzky, CK, sprievodcovia, príslušníci polície a ďalší) a ďalších.

### Účel:

- 9.1. Konferencie, workshopy, okrúhle stoly, odborné stretnutia, výročné stretnutia, odborné vzdelávacie stretnutia,
- 9.2. Pracovné stretnutia v rámci členstiev v medzinárodných a národných organizáciách,
- 9.3. Vzdelávacia kampaň pre sprievodcov CR

Výsledky aktivity: Prvým výsledkom je pritiahtie pozornosti na Bratislavu, ako dejiskom organizovania významných medzinárodných podujatí a prezentácia nielen odborného programu, ale aj destinácie. Druhým výsledkom je vzdelávanie odborných pracovníkov v témach, v ktorých si dokážu rozšíriť obzory, vedomosti a priestor na spoluprácu na medzinárodnom

	poli cestovného ruchu prostredníctvom výmeny skúsenosti a implementáciou nových praktík do našich podmienok. Tretí výsledok je synergický efekt vzdelávania všetkých zúčastnených strán.	
Ťažiskové formy cestovného ruchu v regióne pôsobenia žiadateľa:	<b>Primárne ťažiskové formy cestovného ruchu:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- kultúrno-poznávací</li> <li>- incentívny <ul style="list-style-type: none"> <li>o kongresový a konferenčný</li> <li>o exkurzie a vzdelávací</li> </ul> </li> <li>- gastronomický</li> <li>- rekreačný</li> <li>- športový <ul style="list-style-type: none"> <li>o aktívny</li> <li>o pasívny</li> </ul> </li> <li>- nákupný</li> <li>- zážitkový</li> </ul> <b>Sekundárne ťažiskové formy cestovného ruchu:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- náboženský a pútnický</li> <li>- zdravotný</li> </ul>	
Základné indikátory – výstupy projektu na území žiadateľa v tom:	skutočnosť v roku 2014	plán v roku 2015
Počet prenocovaní (uvedú sa prenocovania podľa § 2 písm. d) zákona na základe štatistického zisťovania)	1 793 155	1 918 676**
Výška vybratej dane za ubytovanie	2 795 985,31 €	2 935 785 €**

<b>Odporúčané indikátory – výstupy projektu na území žiadateľa v závislosti od zamerania projektu, napríklad:</b>	skutočnosť v roku 2014	plán v roku 2015
Počet predaných BCC kariet	1 935 ks	3 000 ks**
Počet návštevníkov v ubytovacích zariadeniach	844 524	895 195**
Počet zahraničných návštevníkov v ubytovacích zariadeniach,	578 613*	613 330**
Počet prenocovaní zahraničných návštevníkov v ubytovacích zariadeniach	951 706*	1 018 326**

Vysvetlivky: \* aprox. prepočet, nakoľko údaje ešte neboli ŠÚ SR poskytnuté  
\*\* odborný odhad

## Finančné vyúčtovanie dotácie

Názov prijímateľa:

Príloha č. 2 k zmluve

Názov projektu:

Aktivita	Účtovný doklad			Podklad finančnej operácie ++	Predmet dodávky	Dodávateľ	Úhrada			
	Číslo	Druh +	Zo dňa				Spôsob úhrady		Dňa	Suma (v eurách)
							prevodom*	v hotovosti**		
Spolu (v eurách)	x	x	x	x	x	x	x	x	x	
Spolu (v eurách)	x	x	x	x	x	x	x	x	x	
Spolu (v eurách)	x	x	x	x	x	x	x	x	x	
Dotácia spolu (v eurách)	x	x	x	x	x	x	x	x	x	

Vysvetlivky: + účtovný doklad (napr.: faktúra, účtenka a pod.); ++ č. zmluvy, objednávky, dohody; \*číslo bankového výpisu; \*\*číslo výdavkového pokladničného dokladu (VPD)

Upozornenie: Ak je prijímateľ dotácie registrovaným platcom DPH, táto nie je pri vyúčtovaní dotácie považovaná za oprávnený výdavok.

Vyhotovil (meno, priezvisko, podpis):

Schválil (meno a priezvisko štatutárneho orgánu, podpis štatutárneho orgánu):

Miesto a dátum vyhotovenia: