

ZÁPISNICA ZO ZASADNUTIA PREDSTAVENSTVA
zo dňa 23.3.2022 – začiatok 15:00
Bratislava Tourist Board, Primaciálne nám. č. 1, Bratislava
Miesto konania: BTB, Šafárikovo nám. + online

Prezentujúci sa = prítomní: R. Ďurica, V. Grežo, P. Hochschorner, P. Petrovič, T. Koniar,
Online: M. Debnárová, M. Volek
Za DR BTB: M. Farkaš
Neprítomní=ospravedlnení: E. Novacká, L. Štasselová

Program predstavenstva:

1. Otvorenie P-BTB
2. Uznesenia P-BTB, stav plnenia
3. Projekt MDaV SR 2022
4. Predbežný plán ZPC na rok 2022
5. Pravidlá rokovania P-BTB
6. Rôzne
7. Záver rokovania P-BTB

Bod č. 1: Otvorenie P-BTB.

PP-BTB privítal prítomných a ospravedlnil neúčast' p. Novackej a p. Štasselovej.

Bod č. 2: Uznesenia P-BTB, stav plnenia.

PP-BTB informoval o stave plnenia.

Bod č. 3: Projekt MDaV SR 2022.

PP-BTB v krátkosti informoval o finále Projektu MDaV SR 2022, ktorý ako podklad dostali členovia P-BTB.

P. Debnárová požiadala, aby po schválení Projektu MDaV SR 2022 bol zaslaný na Komisiu pre CR a MS.

Uznesenie č. 1/23032022: P-BTB berie na vedomie projekt BTB pre poskytnutie dotácie MDaV SR 2022.

Prítomní: 6

Hlasovanie: Za: 6; Proti: 0; Zdržal sa: 0

Bod č. 4: Predbežný plán ZPC na rok 2022.

PP-BTB informoval, že predbežný plán ZPC na rok 2022 bol ako podklad zaslaný členom P-BTB. PP-BTB informoval, že ide hlavne o to, aby zamestnanci vedeli čo sa plánuje a akých aktivít by sa mali zúčastniť.

P. Volek vyjadril názor, že aj členovia P-BTB by sa mali niektorých relevantných veľtrhov zúčastniť, aby mali kontakt s realitou. Zároveň sa informoval, aké aktivity plánuje Slovakia Travel a či sú naše s nimi zosúladené.

PP-BTB aj VR opakovane žiadali Slovakia Travel o zaslanie informácie aké aktivity plánujú pre tento rok. Budúci týždeň by sa malo uskutočniť stretnutie a podľa odprezentovaných informácií, by sme vedeli upraviť aj náš plán ZPC. Ak by boli zmeny väčšieho rozsahu, budú predložené na predstavenstvo.

P. Petrovič sa informoval, či sa pôjde na všetky uvedené akcie alebo je to len návrh možností, na ktoré by sa na základe relevantnosti mohlo ísť. VR odpovedal, že podľa relevantnosti a situácie sa bude vyberať.

Uznesenie č. 2/23032022: P-BTB schvaľuje Predbežný plán ZPC na rok 2022.

Prítomní: 6

Hlasovanie: Za: 6; Proti: 0; Zdržal sa: 0

Bod č. 5: Pravidlá rokovania P-BTB.

PP-BTB informoval, že materiál predkladá p. Grežo, p. Ďurica a p. Petrovič na základe uznesenia a nemenia sa ním pravidlá a povinnosti, ktoré sú stanovené stanovami. Toto sú pravidlá, ktoré sa dotýkajú vnútorného manažmentu predstavenstva.

P. Volek poďakoval za predložený materiál a vyjadril sa k bodu 1. kde je, že za účasť člena P-BTB sa považuje, keď sa člen zúčastní všetkých riadnych bodov. Chcel by vedieť, či to má súvislosť aj s následným finančným ohodnotením. Myslí si, že ak by člen vedel, že sa nebude môcť zúčastniť všetkých riadnych bodov, a teda nedostane ohodnotenie, tak sa nezúčastní vôbec. A môže sa tým stať, že predstavenstvo nebude uznášaniaschopné. Navrhol, aby sa „všetkých riadnych bodov“ zmenilo na 2/3 riadnych bodov.

P. Ďurica vyjadril názor, že v prípade, že člen bude informovať, že sa môže zúčastniť len časti predstavenstva, lebo má na to vážny dôvod, vie sa priebeh prispôbiť tomuto faktu, aby sa stihlo prerokovať všetko čo treba odsúhlasiť.

P. Farkaš poznamenal, že sa musí zmeniť formulácia, aby bolo jasné, že pre hlasovanie je účasť platná ale nebude honorovaná, lebo sa člen nezúčastnil všetkých riadnych bodov.

P. Volek ďalej navrhol, aby bolo doplnené aj zasielanie pracovného zápisu z predstavenstva do 4 pracovných dní od konania predstavenstva; členovia predstavenstva zašlú svoje pripomienky do 2 pracovných dní; na vyjasnenie sporných bodov bude 1 pracovný deň; sfinalizovanie a zverejnenie zápisu do 3 pracovných dní. V bode č. 20 navrhol doplniť, že zápisy z komôr budú predsedovia zasielať aj na adresu predstavenstva.

Uznesenie č. 3/23032022: P-BTB schvaľuje v bode 1. doplniť „honorovanú účasť na predstavenstve má člen P-BTB nárok, keď sa zúčastní 2/3 riadnych bodov“. Uznesenie nebolo prijaté.

Prítomní: 6

Hlasovanie: Za: 2; Proti: 3; Zdržal sa: 1

Uznesenie č. 4/23032022: P-BTB schvaľuje Pravidlá rokovania P-BTB s následnými úpravami:

Bod č. 1: doplnenie „pre potreby finančnej odmeny“

Bod č. 20: Pôvodný text sa presúva do bodu č. 21.

Znenie bodu č. 20: „Po rokovaní zasiela zapisovateľ pracovnú verziu zápisu členom predstavenstva BTB do 4 pracovných dní od ukončenia P-BTB, do 2 prac. dní (48 hodín) je možné zaslať návrh úprav od členov predstavenstva, o nich rozhodne predsedajúci – max do 1 prac. dňa, následne zápis zasiela členom predstavenstva a zverejňuje zapisovateľ po schválení predsedom predstavenstva /predsedajúcim daného P-BTB/ do 3 prac dní.“

Bod č. 21: Pôvodné znenie bodu č. 20 so zrušením „zvyčajne /najneskôr“, s doplnením „na všetkých členov predstavenstva a“, zrušením „adresu“ a „(aktuálne, email: kyselova@visitbratislava.com)“ a doplnením „BTB“.

Prítomní: 6

Hlasovanie: Za: 4; Proti: 2; Zdržal sa: 0

P. Volek požiadal, aby v prípade per rollam hlasovania p. Kyselová zaslala členom P-BTB sms-ku.

Bod č. 6: Rôzne.

PP-BTB odovzdal slovo VR a p. Kovačičovej, ktorí informovali o nepriaznivom stave dopravných projektov. VR oboznámil členov P-BTB, že prebehli dve stretnutia s realizátorom projektov p. Schlosserom a jeho asistentami, na ktorých sa nezúčastnil nikto zo strany mesta. Ako z emailu p. Schlossera vyplýva, nie je do 31.3. schopný zrealizovať tieto projekty. VR preto navrhuje spoluprácu ukončiť a uhradiť časť za vynaloženú prácu zo strany realizátora.

P. Debnárová vyjadrila sklamanie nad tým, že sa nepodarilo tieto projekty zrealizovať, a že vie o vzniknutých problémoch pri realizácii, súhlasí preto s ukončením projektov.

Uznesenie č. 5/23032022: P-BTB vzhľadom na vyjadrenie zástupcu dodávateľa zo 17.3.2022 a zároveň vzhľadom na termín použitia zdrojov z dotácie MDaV SR, ktorý je 31.3.2022, poveruje VR na ukončenie spolupráce s STÚ na vytvorení dopravných projektov. Zároveň poveruje VR uhradením doterajších prác dodávateľa.

Prítomní: 6

Hlasovanie: Za: 6; Proti: 0; Zdržal sa: 0

Bod č. 7: Záver hlasovania.

PP-BTB ukončil stretnutie.

Termín nadchádzajúceho P-BTB: v utorok 5.4.2022 o 16:00 hod., miesto: BTB + online

Zapísala, N. Kyselová, BTB

Predseda predstavenstva: Ing. Vladimír Grežo

Podpredseda predstavenstva: Mgr. Martin Volek, MBA, PhD

Uznesenia predstavenstva Bratislava Tourist Board - 2022

Dátum konania	Uznesenie číslo	Presné znenie uznesenia	Termín plnenia	Zodpovedný	Stav k 18.3.2022
8.2.2022	3/08022022	P-BTB poveruje PP-BTB a výkonnú zložku, aby na základe pripomienok z komory č. 4 vytvorili stručnejší návrh Etického kódexu, odstránili širší popis a zachovali základnú verziu. Táto verzia bude zaslaná následne do komôr, ktoré sa k nej stručne písomne vyjadria.		PP-BTB/VR-BTB	v riešení

Projekt o poskytnutie dotácie na podporu rozvoja cestovného ruchu v roku 2022

Projekt: Rozvoj a podpora cestovného ruchu v destináciách po pandémii s ohľadom na meniacu sa bezpečnostnú situáciu

Analýza súčasného stavu

Indikátory rozvoja a identifikácia trhu, cestovného ruchu v regióne pôsobenia žiadateľa - stručné zhodnotenie predchádzajúceho roku

Situácia v CR v Bratislave v roku 2021 bola značne narušená pretrvávajúcou pandémiou COVID 19 ale aj napriek tomu sa BTB snažila realizovať aktivity v plánovanej miere.

SWOT analýza turizmu destinácie Bratislava predstavuje súhrn faktorov z pohľadu aktérov CR v roku 2021. Medzi hlavné ohrozenia destinácie možno zaradiť pokračujúce celosvetové reštrikcie, nestabilnú politickú, finančnú a bezpečnostnú situáciu, závislosť od verejných zdrojov. Ako nové príležitosti môžeme vyzdvihnúť flexibilnú ponuku produktov a služieb ako reakciu na nové potreby návštevníkov, krátkodobé cesty, adekvátny rozbeh domáceho cestovného ruchu a orientáciu na slovenského návštevníka, organizovaný CR detí, mládeže a mladých ľudí cez školy a inštitúcie. Nové možnosti vnímame v rozvoji MICE aktivít, v rozvoji digitalizácie a online prostredia. Slabé stránky destinácie zasiahla kríza hlavne ekonomického a finančného charakteru: reštrikcie pre prevádzky v CR, ich krach, absencia kultúrno-spoločenského života. Medzi silné stránky stále môžeme zaradiť dostupnosť destinácie, stály rozvoj, podpora a udržiavanie kvalitných produktov a služieb, udržiavanie a obnovovanie infraštruktúry destinácie, interná príprava destinácie vzhľadom na neustále meniacu sa situáciu.

Napriek nepriaznivej situácii BTB postupne implementovala aktivity schválené v projekte 2021. Komplexne budú aktivity spracované vo vyúčtovaní dotácie za rok 2021, kt. bude odovzdané do 30.4.2022.

Oblasť marketingu a propagácie sa zamerala na podporu prezentácie destinácie. Natočilo sa 47 imidžových videí pre turistov a segment MICE, BTB sa zúčastnila 14 prezentácií na zahraničných veľtrhoch, výstavách a B2B fórach, vytvorila vyše 400 výstupov vo forme PR článkov, inzercii a tlačových správ v domácich a zahraničných médiách, viac ako 200 000 tlačených propagačných materiálov a 4 nové tematické obsahy z toho 2 nové brožúry a 2 jazykové mutácie webu.

Hlavné kampane (jar, leto, jeseň a zima) boli orientované na domácich návštevníkov „Turistom vo vlastnom meste“ a na podporu predĺženia pobytu návštevníkov v destináciách - kampaň „72 hodinové mesto“.

V roku 2021 BTB využila viac financií na propagáciu cez sociálne siete. Organické a propagované príspevky na Facebooku ako prezentácia Bratislavy predstavovali 3,8 mil. dosah. Videá BTB na YouTube kanáli VisitBratislava mali za rok 2021 až 2,5 mil. videní. BTB prevádzkovala počas 365 dní informačný servis COVID-19, kde informovala verejnosť o podmienkach vstupu na Slovensko počas pandémie a propagovala aktivity k obnoveniu CR v Bratislave

Počas sezóny 2021 BTB podporila 35 podujatí, z toho 18 produktov a podujatí v MČ. V roku 2021 BTB zorganizovala festival - Bratislavské korunovačné dni, kde vystúpilo viac ako 250 účinkujúcich a zúčastnilo sa viac ako 7 000 návštevníkov. Počas sezóny 2021 BTB spolupracovala s organizátormi vybraných top podujatí mesta napr.: Čiernobiela Bratislava - Exteriérová výstava starých fotografií BA k 100. výročiu narodenia fotografa Antona Šmotláka, Bratislavské mestské dni, Kultúrne leto, Letné Shakespearovské slávnosti, ČSOB Bratislava Marathon, L'ETAPE SLOVAKIA BY TOUR DE FRANCE, Bratislavské jazzové dni, UPRISING FESTIVAL, Biela noc, Rímske Dni, Rytieri na Devíne a iné.

BTB v spolupráci s GMB zabezpečila 25 ks audioguides s kvalitným obsahom s cieľom poskytnúť návštevníkom individuálny výklad formou vypožičania slúchadiel, tzv. audiosprievodcov, v 5 jaz. mutáciách pre Primaciálny palác.

BTB zabezpečila a zorganizovala tematické infocesty, press a fam tripy pre viac ako 130 účastníkov, z ktorých najvýznamnejší bol 72 hodinový influencers camp (6. - 8. 8. 2021) so svetovými influencerami (US,

Rozvoj a podpora cestovného ruchu v destináciách po pandémii s ohľadom na meniacu sa bezpečnostnú situáciu

CA, AU, RU, PE, SK) s dosahom spolu na viac ako 10 mil. sledovateľov.

Za oblasť MICE možno spomenúť úspešne zorganizovaný PRESS TRIP (16. -19. 8. 2021) pre 8 zástupcov relevantných MICE médií z UK, DE, PT, NL, ES, HU, IT a BE a organizáciu hybridného eventu pod značkou MICE DAY 2021 v spolupráci s British Chamber of Commerce na Slovensku.

V oblasti infraštruktúry CR BTB spravuje 21 uzlov WiFi v hl. meste a v roku 2021 pripravila pokrytie hradu Devín.

V oblasti kvality služieb v destináciách sa z dotácie 2021 zrealizoval úspešný mystery shopping ako realizácia prieskumu kvality poskytovaných služieb zameraný na vyhliadkové vozidlá /turistické vláčiky, ktoré poskytujú služby v centre mesta. Zároveň sa pripravil nový strategický dokument - Metodika vyhodnocovania kvality podľa jednotlivých služieb CR v destináciách.

TIC BTB v roku 2021 zorganizovala 94 bezplatných peších prehliadok a komentovaných cyklovýletov, 271 prehliadok mesta a 42 vzdelávacích a odborných aktivít pre domácich a zahraničných návštevníkov mesta, partnerov a členov BTB. Súčasťou služieb TIC bola aj prevádzka stálych a sezónnych TIC na strategických a vstupných bodoch do destinácie. V roku 2021 v spolupráci s KOČR sa zrealizovala Roadshow 2021 - prezentácia destinácie v 8 slovenských mestách. Populárny produkt Bratislava CARD zaznamenal 15. jubilejnú sezónu.

Popis a zámer projektu

Zámer projektu

Napriek negatívnym okolnostiam v súvislosti s pandémiou COVID 19 budeme v BTB implementovať zmysluplné aktivity zamerané na témy: city break, kultúra, spoločenský život, podujatia, vzdelávanie návštevníkov, šport, rodina, priatelia, deti, mládež a iné.

V roku 2022 okrem štandardných výkonov DMO (tlač materiálov, podpora informačnej infraštruktúry, prezentácia destinácie na veľtrhoch a výstavách, online marketing) sa chceme orientovať na komunikáciu a marketing na domáce aj zahraničné trhy a v prihraničných oblastiach a regiónoch. Zameriame sa na udržateľnosť, vizuálne aktívnu kom. s kreatívnym a aktuálnym obsahom produktov a atraktivít CR pre oblasť LEISURE a MICE.

Prevažná časť fin. zdrojov je alokovaná na marketing a propagáciu destinácie, hlavne na marketingové a kom. kampane Turistom vo vlastnom meste, 72 hodinové mesto a nový koncept 2022 Na vlastné nohy. Súčasťou marketingu bude aj správa sociálnych sietí a web visitbratislava.com, s cieľom v roku 2022 vytvoriť nový kreatívny koncept a grafický dizajn so zapracovaním aktuálnych trendov, personifikácie a automatizácie webu, s dôrazom na aktuálny tematický obsah a videotvorbu.

Priebežne počas roka plánuje organizovať podujatia na obnovenie, udržanie a budovanie kultúrneho a spoločenského života, organizovať infocesty, fam /press tripy.

Súčasťou aktivít bude podpora tur. infraštruktúry a cyklodopravy s dôrazom na nové online formy komunikácie, smart technológie, zlepšenie, udržiavanie a obnova prvkov a zón tur. infraštruktúry.

Taktiež sa budeme snažiť pokračovať v udržiavaní efektívneho hodnotiaceho systému kvality služieb a vytvárať nové strategické dokumenty zamerané na rozvoj udržateľného CR.

Súčasťou BTB v roku 2022 bude aj podpora aktivít v rámci TIC a taktiež BCB, ktoré propaguje a rozvíja kongresový CR.

Ťažiskové formy cestovného ruchu a stručné zhodnotenie predchádzajúceho roku

V tejto súvislosti nadväzujeme na predchádzajúce roky, kedy boli ťažiskové formy, cieľové skupiny a cieľové trhy vytýčené v súlade s Marketingovou a komunikačnou stratégiou destinácie Bratislava na roky 2018 - 2022. V roku 2022 plánujeme v tomto smerovaní pokračovať, avšak vzhľadom na enormný pokles (najmä medzinárodného) turizmu v dôsledku COVID-19 chceme opätovne prilákať zahraničných návštevníkov do destinácie z okolitých regiónov a cieľových trhov. Samozrejme dôraz chceme venovať aj domácim návštevníkom - obyvateľom Slovenska a miestnym obyvateľom: Bratislavčanom, ako aj na hendikepovaných domácich turistom, deťom a mládeži.

Ťažiskovými formami CR destinácie v roku 2022 budú:

- z hľadiska veku návštevníkov: mládežnícky, rodinný, seniorský CR
- z hľadiska počtu návštevníkov: individuálny, menšie skupiny, rodiny s deťmi (dodržiavanie bezpečnostných opatrení)

Rozvoj a podpora cestovného ruchu v destináciách po pandémii s ohľadom na meniacu sa bezpečnostnú situáciu

- z hľadiska prevažujúceho miesta pohybu: mestský, prímestský, poznávací, kultúrny, umelecký, zážitkový, kongresový CR
 - z hľadiska ročného obdobia: sezónny a mimosezónny CR s cieľom rozložiť návštevnosť destinácie počas celého roka
 - z hľadiska dynamiky: pobytový CR s cieľom predĺžiť pobyt (najmä domácich) návštevníkov
- Dominantnými cieľovými trhmi v roku 2022 budú Slovenská republika a prihraničné krajiny: Česko, Maďarsko, Rakúsko, Poľsko, príp. iné v závislosti od bezpečnostnej situácie v EÚ aj vzdialenejšie trhy napr.: Nemecko, UK, Chorvátsko a iné.

Cieľ projektu

Hlavným a dlhodobým cieľom BTB je vybudovať z Bratislavy významnú a medzinárodne renomovanú destináciu. BTB plánuje pokračovať v dosahovaní tohto cieľa, avšak vzhľadom na špecifickú situáciu spôsobenú pandemiou COVID-19, bude BTB reagovať na nové podmienky a možnosti a zároveň pokračovať v rozvoji udržateľného CR.

Vzhľadom na enormný pokles zahraničných návštevníkov v destinácii bude činnosť BTB zameraná hlavne na prihraničné regióny a geograficky bližšie trhy (AT, ČR, HU, PL, DE, UK ev. HR a iné) a zároveň bude BTB cielene ponúkať aktivity pre domácich návštevníkov a miestnych obyvateľov.

Prostriedkami udržateľného CR v mestskom prostredí sú najmä:

- Budovanie pozitívneho imidžu a PR destinácie a BTB (doma aj v zahraničí). Aktívna a cieľená komunikácia (media mix, kampane, sociálne siete ap.) s cieľovými trhmi doma a v zahraničí. Rast "user generated" obsahu zdieľaného v online priestore.
- Zvýšenie rozpoznateľnosti značky na medzinárodnom trhu CR (účasť na veľtrhoch, výstavách CR aj online prezentáciách)
- Zmena vzťahu a vnímania BA u slovenských návštevníkov. Budovanie značky destinácie ku domácim návštevníkom, pre zvýšenie potenciálu DCR. Budovanie vzťahu Slovákov a miestnych obyvateľov k BA. Rozptyl návštevníkov mesta do menej frekventovaných lokalít;
- Vytvorenie nových asociácií spájateľných s mestom a komunikovaných doma a v zahraničí. Pokračovanie v národných a medzinárodných partnerstvách a spoluprákach v oblasti CR;
- Profilovanie Bratislavy ako kongresovej/ MICE destinácie a využitie potenciálu Bratislavy v oblasti „meetings industry“ ako neobjaveného mesta pre konferencie;
- Rast informovanosti existujúcich a potenciálnych návštevníkov o ponuke mesta (edičná a video tvorba)
- Zvýšenie počtu prenocovaní návštevníkov v destináciách po pandemickom období.
- Program a propagácia destinácie aj mimo hlavnej letnej sezóny;
- Vzdelávanie;
- Zabezpečenie a spolupráca nových štandardov ochrany návštevníkov (reakcia na COVID-19);
- Hendikepovaní návštevníci: postupná fyzická a informačná debarierizácia;
- Kvalita destinácie: modernizácia a obnova infraštruktúry;
- Strategické, koncepčné a analytické dokumenty v oblasti udržateľného turizmu;
- Dáta: zber a analýza dát relevantných pre CR.

Plánované ciele chceme dosiahnuť v spolupráci s dlhoročnými partnermi BTB, ktorými sú najmä Magistrát HI. mesta SR BA a členská základňa BTB, MDV SR, Slovakia Travel, mestské organizácie, MZVEZ SR, AOCR, ZCR, BRT, organizácie zastupujúce hendikepovaných ľudí, European Cities Marketing, SITE a iné.

Ťažiskové formy cestovného ruchu v regióne pôsobenia žiadateľa

Voda a zábava	Splavovanie riek a vodný turizmus Adrenalínové centrá
Hory a turistika	Pešia a vysokohorská turistika Cykloturistika
Zimné športy	Zimná turistika
Zábava v zime	Vianočné trhy, zimné podujatia a festivaly
Wellness	Relax hotely
Kultúrne dedičstvo	UNESCO Hrady, zámky, kaštiele, galérie, múzeá

Rozvoj a podpora cestovného ruchu v destináciách po pandémii s ohľadom na meniacu sa bezpečnostnú situáciu

Mestá a kultúra	Architektúra, história, pútne miesta Zábava, nakupovanie (city breaks) Kultúrno-spoločenské podujatia
Spoločenské podujatia	Festivity – moderné, folklórne Jarmoky a vinobrania Vianočné trhy
Zážitková gastronómia	Regionálne špeciality Gastronomické podujatia Vinárstvo a vinné cesty, pivovary a pivné cesty
MICE	Kongresové a konferenčné hotely a zariadenia Incentive house a eventové agentúry Špeciálne eventové priestory PCO, DMC, lokálne convention bureau
Krásy vidieka a relax v prírode	Pešia turistika a cykloturistika

Aktivity projektu

1) Marketing a propagácia

Podaktivita: Edičná a video tvorba

Popis: Video tvorba potrebná pre propagáciu destinácie na strategických trhoch. Obsah pre domácich aj zahraničných návštevníkov.

Video tvorba

Termín realizácie:

priebežne počas roka 2022

Miesto realizácie / lokalita:

Bratislava a príľahlý región

Zámer:

Príklady plánovaných aktivít zamerané na cieľové trhy SR, CZ, UK, AT a DE, príp. iné trhy vzhľadom na bezpečnostnú situáciu v SR (napr.: Poľsko, Maďarsko, Chorvátsko a pod.):

- Nový hlavný video destinačný spot – Hero video a FPV dronové video.
- Sériá videí nadväzujúca na úspešný projekt „Turistom vo vlastnom meste“. V 2022 plánujeme prostredníctvom nových videí prezentovať ponuku BA pre lokálnych obyvateľov. Témy videí napr. cyklo, vínná turistika, kultúra, história, architektúra, ekológia a udržateľný CR, šport, gastronómia a pod. Video obsah bude spadať pod komunikačnú kampaň Turistom vo vlastnom meste aj 72 hodinové mesto.
- Videá a fotografie s domácimi a zahraničnými influencerami, ktorí sa venujú našim prioritným témam (citybreaky, kultúra, Dunaj, gastronómia, udržateľnosť, program pre rodiny s deťmi, mládež a pod.) so zameraním na propagáciu destinácie.
- Videá na sociálnych sieťach Tik Tok a Instagram vo formáte na výšku;
- Kúpa dronových záberov pre potreby vlastnej video tvorby na web a sociálne siete, ako aj na účely editácie starších videí.
- Spolupráca na video tvorbe s relevantnými inštitúciami hl. mesta napr. SND, tiež s partnerskými alebo národnými inštitúciami, s členmi BTB a médiami pri podujatiach (MUOP, MMBA, MINDOP, BRT, RTVS, TA3 a i.).
- Ad hoc zadania vzhľadom na zmenu komunikácie spôsobenú aktuálnymi a neočakávanými opatreniami proti šíreniu COVID19 (napr.: editácia už vytvorených videí, videá prezentujúce projekty BTB, zazmluvnenie agentúr na výrobu, príp. editáciu video obsahu a prípravu kreatívy a konceptov a iné). Zároveň máme záujem zazmluvniť produkčnú spoločnosť na ad hoc výrobu videí.

Časový a vecný harmonogram:

Vzhľadom na procesy VO, nastavenia jednotlivých natáčacích dní, ako aj na situáciu na Slovensku v súvislosti s pandemiou COVID-19 sa bude plán činnosti realizovať primárne v druhej polovici roka 2022, zároveň bude snaha aby pokryl viaceré ročné obdobia.

Vzhľadom na rôzne cieľové skupiny a ich segmentáciu záujmov, potrebujeme pokryť viaceré témy špecifickými videami, ktoré sú priamo prepojené na nosnú kampaňovú tému Bratislava na vlastné nohy a 72 hodinové mesto (pri prezentácii na Slovákov a zahraničie) a Turistom vo vlastnom meste na lokálnych obyvateľov. Finálna suma za jedno video sa odvíja od procesu verejného obstarávania, pričom vopred nie je možné odhadnúť presné cenové ponuky zúčastnených subjektov. Kratšie spoty s dĺžkou do cca 1,5 minúty sa pohybujú rámcovo medzi 500 – 5000 eur podľa kvality produkcie, strihu a využitia techniky (napr. dron, RED kamera, štáb) a v konečnom dôsledku od cenových ponúk v rámci VO. Pre video tvorbu potrebujeme na rok 2022 evidovať komplexnú sumu, aby sme počas roka vedeli adekvátne prispôsobiť súťažnú produkciu podľa finančných zostatkov.

Natáčanie MICE videa by sa mohlo realizovať aj počas konkrétneho live event, ktorý sa bude v meste konať. Nakoľko zámerom je priblížiť a ukázať Bratislavu ako MICE destináciu spolu s účastníkmi väčšieho podujatia.

Účel a prínos plánovanej podaktivity:

Účelom plánovanej aktivity je zaujať potenciálnych domácich a aj zahraničných návštevníkov

Rozvoj a podpora cestovného ruchu v destináciách po pandémii s ohľadom na meniacu sa bezpečnostnú situáciu

najefektívnejšími a najsilnejšími marketingovými nástrojmi, ktorým je v súčasnosti najmä video.

Konkrétny účel a očakávané výsledky:

- Nový kampaňový obsah je nevyhnutný pre efektívnu a cielenú komunikáciu počas a po pandémie na strategických trhoch – Rakúsko, Veľká Británia, Nemecko, Česko a Slovensko príp. aj na iných trhoch vzhľadom na bezpečnostnú situáciu v SR (napr.: Poľsko, Maďarsko, Chorvátsko a pod.). Pandémia zmenila spôsob cestovania, ale aj marketingu a je nevyhnutné cestovný ruch v Bratislave čo najskôr opäť oživiť.
- Nový moderný Hero spot je dôležitý na všeobecnú prezentáciu Bratislavy na všetkých podujatiach, prezentáciách, veľtrhoch ako aj pri online marketingu.
- Zmena vzťahu slovenského návštevníka ku Bratislave je nevyhnutná pre efektívne nasmerovanie a účinnosť zdrojov cielených na DCR. Bratislava je v smerovaní na DCR v inej situácii ako Slovenské regióny.
- Reálna potreba posilnenia domáceho CR pre destináciu Bratislava, si vyžaduje zmenu prístupu a odstránenie reálnych bariér, ktoré sú špecifické v Bratislave na rozdiel od iných lokalít SR, napríklad v spolupráci s národnými inštitúciami ako napr. SND.
- Video obsah s influencerami vyzdvihne menej známe, ale zaujímavé a jedinečné miesta, služby, či ponuky v Bratislave, atraktívnym a moderným spôsobom. Reputácia, názor a tvár influencera ovplyvňuje v rozhodovaní množstvo ľudí. Spolupráca s týmito trend-settermi má veľký potenciál prilákať nových návštevníkov do destinácie a zároveň upriamiť pozornosť na spomínané menej známe zaujímavosti mesta.
- Pokrytie viacerých ročných období.
- Spolupráca na dôležitých projektoch, podujatiach a ich propagácií prostredníctvom videí.
- Tvorba obsahu, ktorý zaujme aj miestnych obyvateľov (Bratislavčanov) a domácich turistov.

Cieľové skupiny (komu je podaktivita určená):

Typ: *víkendový návštevník (do 2 prenocovaní)*

Motív návštevy: *kultúrno /poznávací*

Vek: *od 15 do 90 rokov*

Status: *všetci*

Znevýhodnené skupiny (ZŤP): *Áno*

Garant

Tomáš Koniar

Rozpočet podaktivity

Činnosť	Rozpočet	Požadovaná dotácia	Typ výdavkov	Vlastné zdroje
Video tvorba	61 000,00 €	60 000,00 €	bežné	1 000,00 €
Spolu	61 000,00 €	60 000,00 €		

Podaktivita: Grafické a kreatívne služby

Popis: Grafické a kreatívne služby na podporu marketingu BTB. Kreatívny a aktuálny obsah pre LEISURE (vinohradníctvo, architektúra, tematické mapy, produkty a ad hoc zadania) a MICE.

Grafika, kreatíva, kúpa licencovaných brožúr a obsahu vytvoreného mimo BTB

Termín realizácie:

priebežne počas roka 2022

Miesto realizácie / lokalita:

Bratislava a mestské časti Bratislavy

Zámer:

Plánované grafické a kreatívne služby zahŕňajú vizuálne prevedenie content marketingu, grafické a DTP služby, tvorbu vizuálov k brožúram, mapám a iným edičným titulom BTB, tvorbu vizuálov k projektom a podujatiam BTB, zalamovanie promo-článkov, textov na účely inzercie, tvorbu grafiky pre merkanti, newsletter, bannery, rollupy, beach flagy, stánky, plagáty a iné grafické práce na marketingové a PR/komunikačné účely BTB, kúpu licencovaných máp a mapových podkladov, prispôbenie vybraných titulov a tlačovín pre nevidiacich a slabozrakých v Braillovom písme, príp. iné. Súčasťou je grafická a kreatívna podpora eventom, projektom, produktom, tiež pre PR a MICE a pod.

Plánované projekty:

- brožúry a mapy napr. vinohradníctvo, architektúra, sakrálna Bratislava Dunaj a iné;
- vytvorenie viacjazyčného cestovného poriadku s pokynmi pre turistov a cykloturistov;
- upgrade starých brožúr,
- V prípade existujúcich kapacít plánujeme vypracovanie kreatívnych a grafických podkladov k rôznym aktuálnym témam.

Kúpa licencovanej brožúry komplexného printového sprievodcu Bratislavy v anglickom jazyku s adaptovaným vizuálom BTB, ktorá bude slúžiť na informačno-prezentačné účely pre oficiálne návštevy, delegácie, VIP hostí, novinárov, účastníkov infociest a pod. v priebehu roka a v ďalšom roku, najmä pre účely podujatí a aktivít s medzinárodnou účasťou. Súčasťou titulu aj mapa s vyznačenými dôležitými bodmi záujmu. Zahŕňať bude aj aktuálne témy v destinácii súvisiace s predĺžením pobytu.

Zaobstaranie ďalšieho špecializovaného tematického obsahu na highlightové témy - napr. nový kampaňový koncept, mestské časti, Dunaj, alternatívna a kreatívna Bratislava, lokálne tipy a iné podľa požiadaviek kampaní a marketingových aktivít.

Časový a vecný harmonogram:

Finálna suma vynaložená na grafické a kreatívne služby bude závisieť od špecifikácie predmetu zákazky, rozsahu zadania, reálne prevzatých diel, odpracovaných hodín a podobných faktorov.

Približné náklady sa pohybujú v hodnote cca 2 500 EUR/mesiac, z toho cca 2/3 v sadzbe DTP, a cca 1/3 v sadzbe kreatíva.

Kúpa špecializovaných tematických brožúr a tematického obsahu pre potreby BTB od akreditovaných novinárov, oficiálne návštevy a delegácie a pod. Okrem klasických tém - základných pamiatok, atrakcií a aktivít, pozornosť sústredíme na prezentáciu vybraných tém ako Dunaj, gastronómia a vinárstvo, fashion a kreatívny priemysel, moderná tvár mesta a smart atribúty, lokálne tipy a alternatívne ponuky, príroda a udržateľnosť, bezbariérovosť, atraktivity mestských častí a pod.

V prvom polroku v rámci diskusie s držiteľmi licencie sa stanoví štruktúra obsahu, zaradenie nových tém, ktoré sú dôležité pre prezentáciu mesta najmä v kontexte 72 hour city a aktuálne pripravované kampane a definujú sa požiadavky na komplexnosť obsahu a aktuálnosť informácií, napr. nový dopravný uzol AS Nivy a ďalšie dokončené infraštruktúrne projekty.

Formát licencovanej brožúry je 13,5 cm x 22,5 cm, cca 136 strán.

Účel a prínos plánovanej podaktivity:

Ľudia zo všetkých prijatých informácií vnímajú až 80% zrakom. Marketing a grafika preto musia ísť ruka v ruku.

Účelom a prínosom aktivity je:

- podporiť marketingové a propagačné služby a aktivity BTB čo najlepšími, najpútavejšími a
- Rozvoj a podpora cestovného ruchu v destináciách po pandémii s ohľadom na meniacu sa bezpečnostnú situáciu

najkvalitnejšími grafikami v záujme dosiahnuť efektívny marketing;

- vytvárať aktuálne a inovatívne komunikačné koncepty, po obsahovej aj formálnej stránke, ktoré reagujú okrem iného na potrebu debarierizácie poskytovania informácií v cestovného ruchu;
- budovať jednoznačný imidž a lepšiu rozpoznateľnosť značky Bratislava, čo dosiahneme aj kontinuitou pri charaktere vizuálov a grafických výstupov BTB;
- rozšíriť portfólio marketingových a komunikačných výstupov;
- zvýšenie informovanosti verejnosti efektívnymi a vecnými prostriedkami,
- poskytnutie komplexných informácií o destinácii odbornej verejnosti,
- reakcia na postpandemickú situáciu na trhu, aktualizácia informácií v reálnom čase;
- rozšírenie ponuky o nové témy a o lokality mimo centra;
- vznik a distribúcia profesionálne spracovanej brožúry vytvorenej mimo štandardných tlačných propagačných materiálov BTB s využitím kvalitných, overených informácií a s prispôbenými vizuálnymi prvkami prezentácii.

Cieľové skupiny (komu je podaktivita určená):

Typ: *viacdňový návštevník (3 a viac prenocovaní)*

Motív návštevy: *pobytový/dovolenka*

Vek: *od 15 do 90 rokov*

Status: *všetci*

Znevýhodnené skupiny (ZŤP): *Áno*

Garant

Tomáš Koniar

Rozpočet podaktivity

Činnosť	Rozpočet	Požadovaná dotácia	Typ výdavkov	Vlastné zdroje
Grafika, kreatíva, kúpa licencovaných brožúr a obsahu vytvoreného mimo BTB	26 000,00 €	25 000,00 €	bežné	1 000,00 €
Spolu	26 000,00 €	25 000,00 €		

Podaktivita: Tlač materiálov

Popis: Tvorba, aktualizácia a tlač máp, katalógov, brožúr a iných materiálov. Informovanie verejnosti a vizuálne atraktívna komunikácia destinácie (tlač vyše 20 titulov a tiež ad hoc zadania).

Tlač nových a dotlač existujúcich materiálov

Termín realizácie:

priebežne počas roka 2022

Miesto realizácie / lokalita:

SR, Bratislava

Zámer:

V roku 2022 plánujeme štandardný rozsah dotlače materiálov, po ktorých je dopyt a ktoré sú pravidelne distribuované v destinácii a aj v iných destináciách a regiónoch po Slovensku, najmä v stálych a sezónnych TIC a v partnerských TIC v iných mestách, v infopointoch, zariadeniach CR, hoteloch a iných ubytovacích zariadeniach, ako aj na účely veľtrhov, výstav a prezentácií doma i v zahraničí. Plánujeme tiež tlač aj pre účely distribúcie do škôl a vzdelávacích inštitúcií. Zameriame sa na tlač brožúr, máp, plagátov, letákov a iných tlačovín pre oblasť leisure a MICE, aj pre nevidiacich a slabozrakých. Okrem štandardnej dotlače existujúcich materiálov plánujeme aj nové tituly resp. aktualizácie tlačených materiálov napr.:

- brožúry a mapy napr. vinohradníctvo, architektúra, sakrálna Bratislava Dunaj a iné;
- tematické DL materiály a rozšírenie jazykových verzií existujúcich materiálov na základe dopytu a potrieb návštevníkov, ako aj mesta a členskej základne (napr. vybrané zaujímavosti mestských častí a mestských inštitúcií, náučné materiály v rámci vzdelávania a podpory aktivít ako Turistom vo vlastnom meste, zelené projekty v lesoparku a pod.)
- tlač materiálov k eventom a podujatiam v destinácii
- spolupráca a podpora na projektoch a podujatiach formou tlače,
- podpora tlač. materiálov pre školy a partnerov;
- nové printové mapy napr.: turistické trasy, cyklistické trasy, mapy pre parkovanie a tankovanie autobusov, vstupné/výstupné body, mapy WC, parkovacie plochy, mapy kostolov (bohoslužieb) a iné
- iné ad hoc tlačené tituly podľa potrieb marketingu a komunikácie.

Časový a vecný harmonogram:

Finálna suma nákladov na tlač bude závisieť od reálneho objemu tlače, ktorý je závislý od aktuálneho dopytu, potreby dopĺňania a zásobovania bežných odbytísk destinácie, ale aj dopytu počas podujatí, prezentácií, veľtrhov a výstav.

Účel a prínos plánovanej podaktivity:

Tlač a dotlač uvedených materiálov slúži najmä na:

- sprostredkovanie informácií o destinácii cieľovému publiku, klientom prichádzajúcim do destinácie,
- zabezpečenie informovanosti návštevníkov v destinácii,
- obsahovo aj vizuálne atraktívnu komunikáciu destinácie na výstavách, B2B stretnutiach a prezentáciách, počas infociest, famtripov, presstripov, inšpekčných ciest, ako aj voči delegáciám a oficiálnym návštevám, tour operátorom a inomingovým cestovným kanceláriám.

Na túto aktivitu nadväzuje distribúcia tlačených materiálov v destinácii, konkretizovaná v aktivite Infraštruktúra cestovného ruchu.

Cieľové skupiny (komu je podaktivita určená):

Typ: *viacdňový návštevník (3 a viac prenocovaní)*

Motív návštevy: *pobytový/dovolenka*

Vek: *od 15 do 90 rokov*

Status: *všetci*

Znevýhodnené skupiny (ZŤP): *Áno*

Garant

Tomáš Koniar

Rozpočet podaktivity

Činnosť	Rozpočet	Požadovaná dotácia	Typ výdavkov	Vlastné zdroje
Tlač nových a dotlač existujúcich materiálov	21 000,00 €	20 000,00 €	bežné	1 000,00 €
Spolu	21 000,00 €	20 000,00 €		

Podaktivita: Výstavy, veľtrhy, prezentácie

Popis: Účasť/online účasť na medzinárodných výstavách, veľtrhoch, prezentáciách, na stánkoch Slovakia Travel, MDV SR, na verejných prezentáciách v zahraničných metropolách a iných online destinačných prezentáciách (LEISURE a MICE)

Výstavy, veľtrhy, prezentácie destinácieTermín realizácie:

priebežne počas roka 2022

Miesto realizácie / lokalita:

Zahraničie, najmä Viedeň, Praha, Budapešť, Londýn, Paríž a iné

Zámer:

V rámci veľtrhov a výstav spolupracujeme so Slovakia Travel, MDVSR a KOČR BRT. Výber plánovaných veľtrhov a výstav sa odvíja od cieľových trhov, na kt. sú zamerané. V roku 2022 sa (v rámci vývoja pandémie COVID-19 je možná zmena) plánujeme zúčastniť napr. na:

- Utazás Budapešť
- Holiday World Praha
- IMEX Frankfurt
- Conventa Ľubľana
- WTM London
- IBTM Barcelona
- Destinačný workshop pre B2B
- Iné podľa vývoja bezpečnostnej situácie a reakcie organizátorov.

Plán. prezentácie v okolitých krajinách – AT, CZ, HU s potenciálom osloviť verejnosť v nadväznosti na spoločné aktivity realizované v spolupráci so Slovakia Travel, MDVSR a Slovenskými inštitútmi. Realizácia aktivít závisí od vývoja pandemickej situácie, napr. podujatia:

- Pozsonyi Piknik Budapešť resp. Dni slovenskej kultúry a turizmu v Budapešti – open-air;
- Tlačové konferencie Budapešť resp. Viedeň /Praha a iných zdrojových trhov;
- Prezentácia BA na open-air festivale vo Viedni napr. Streetlife Festival alebo Donaukanaltreiben
- Prezentácia BA na Slovenských dňoch v Prahe resp. iné podujatia pre širokú verejnosť, v spolupráci so Slovakia Travel, MDVSR, príp. inými subjektmi;
- Verejná prezentácia BA vo významných mestách v zahraničí;
- Podpora novozavedených liniek na letisku MRŠ v roku 2022 - Atény, Kodaň, Záhreb.

V prípade pretrvávania pandemických obmedzení plánujeme preniesť odborné meetingy na výstavách, prezentácie a workshopy do virtuálneho priestoru. Online destinačné prezentácie, webináre budú určené najmä pre vybraných B2B partnerov – touroperátorov, zástupcov agentúr, médií zo zahraničných cieľových trhov a umožnia distribuovať aktuálne informácie o vybranej téme a rozvíjať konkrétne obchodné kontakty.

Časový a vecný harmonogram:

Predbežné termíny veľtrhov a výstav CR:

- 3. – 6. 3. 2022 - Utazás Budapešť
- 18. – 20. 3. 2022 - Holiday World Praha
- 31.5. – 2.6. 2022 - IMEX Frankfurt
- 24. – 25. 8. 2022 - Conventa Ľubľana
- 7. - 9. 11. 2022 - WTM London
- 29. 11. – 1. 12. 2022 - IBTM Barcelona
- iné ad hoc podľa vývoja situácie pandémie COVID-19, napr. destinačný B2B workshop leisure.

Online prezentácie plánujeme realizovať počas celého roka v závislosti od vývoja pandemickej situácie ako náhrada za kontaktné podujatia.

Náklady na jednotlivé expozície zahŕňajú najmä účastnícke alebo spoluvystavovateľské poplatky, reklamné plochy na výstavisku, sprievodné náklady spojené s účasťou zamestnancov BTB (ubytovanie, vstupenky, cestovné náhrady a pod.), gastroochutnávky, cateringové služby, technickú realizáciu, produkčné náklady, sprievodný (napr. umelecký) program, prezentačno-informačné služby o destinácii, ako aj akvizíciu prezentačných plôch na rok 2022 a 2023. Celkové náklady závisia od špecifikácií predmetov zákazky, rozsahu požadovaných služieb, cenových ponúk dodávateľov, finálnej ceny stanovenej v zmluve a pod. aspektov VO a budú sa odvíjať od

Rozvoj a podpora cestovného ruchu v destináciách po pandémii s ohľadom na meniacu sa bezpečnostnú situáciu

príslušného typu, od miesta konania, charakteru a programu podujatia.

Náklady za online destinačné prezentácie a webináre pozostávajú z tech. zabezp. online podujatia a na zabezp. speakrov/prezentátorov.

Realizácia plán. podujatí môže byť znemožnená mimoriadnymi, nepredvídateľnými a neodvrátiteľnými udalosťami spôsobujúcimi škodu, nepriaznivou bezpečnostnou situáciou (vis maior/vyššia moc) napr. v oblasti verejného zdravia, ako aj neovplyvniteľným štátnym nariadením, prírodnou, vojnovou či inou závažnou udalosťou, resp. obmedzeniami súvisiacimi s COVID19.

V prípade zrušenia podujatia resp. našej neúčasti z takýchto dôvodov zdroje určené na dané podujatie presunieme na i. Variantom pre usporiadanie veľtrhov CR sú online veľtrhy, online stretnutí „stream live“ alebo „chatlounge“ a sú plnohodnotnou náhradou za „osobné“ veľtrhy CR.

Účel a prínos plánovanej podaktivity:

Aktivita prispieva k zviditeľneniu destinácie medzi laickou i odbornou verejnosťou, k lepšiemu prístupu k cieľovým trhom a skupinám, má veľký význam v oblasti nadväzovania partnerstiev a spolupráce, k získavaniu a udržiavaniu profesionálnych kontaktov v odvetví.

Plánované medzinárodné veľtrhy a výstavy sú kľúčové tak pre oblasť leisure, ako aj MICE resp. meetings industry. Tieto podujatia svetového významu umožňujú komunikovať značku Bratislava ako atraktívnu a udržateľnú kongresovú destináciu. Relevantné kontakty získané z veľtrhov, výstav a prezentácií uplatňujeme okrem iného pri realizácii infociest, fam tripov, press tripov a inšpekčných ciest (viac v podaktivite Infocesty, fam a press tripy). Aktivita je zdrojom inšpirácie aj pre nás samých, a to z hľadiska budúceho prezentovania destinácie na takýchto fórach. Od účasti na veľtrhoch, výstavách a prezentáciách očakávame ekonomický aj komunikačný úspech. Hoci ide o starší typ informačného média, je jedným z najpriamejších, a preto má zmysel vynakladať naň časové, pracovné a finančné zdroje. Keďže Bratislava bude na viacerých veľtrhoch zastúpená v rámci spolupráce OCR BTB a KOBR BRT (napr. Regiontour Brno, Holiday World Praha) a zároveň BTB na vybraných podujatiach odprezentuje aj ponuku bratislavského regiónu (napr. Utazás Budapešť a iné), toto spojenie mestskej a krajskej organizácie cestovného ruchu na jednej expozícii prinesie synergický a veríme, že aj silnejší účinok v promovaní mesta a kraja.

Online destinačnými prezentáciami a webinármi chceme zachovávať a udržiavať obchodné kontakty a prehľbovať imidž destinácie aj počas obmedzení priamych stretnutí.

Cieľové skupiny (komu je podaktivita určená):

Typ: víkendový návštevník (do 2 prenocovaní)

Motív návštevy: pobytový/dovolenka

Vek: od 15 do 90 rokov

Status: všetci

Znevýhodnené skupiny (ZŤP): Nie

Garant

Tomáš Koniar

Rozpočet podaktivity

Činnosť	Rozpočet	Požadovaná dotácia	Typ výdavkov	Vlastné zdroje
Výstavy, veľtrhy, prezentácie destinácie	26 000,00 €	25 000,00 €	bežné	1 000,00 €
Spolu	26 000,00 €	25 000,00 €		

Podaktivita: Turistický informačný systém, PR, komunikácia

Popis: Správa webu, mobilnej aplikácie a s tým spojený tematický obsah a fotodatabáza, monitoring médií, práca s databázami a tlačové správy. Súčasťou sú prekladateľské a tlmočnicke služby.

Informačný systém, PR a komunikácia destinácie Bratislava

Termín realizácie:

priebežne počas roka 2022

Miesto realizácie / lokalita:

SR a zahraničné trhy

Zámer:

Správa webu a mobilnej aplikácie zahŕňa:

- nový kreatívny koncept a grafický dizajn nového webu visitbratislava.com;
- upgrade 72hourcity.com o nové funkcionality;
- modulárny web v dizajne visitbratislava s možnosťou tvoriť nové špeciálne podstránky, kt. by boli vytvorené z viacerých modulov;
- úprava webu na vkladanie info. v nových jazykoch;
- vytvorenie onepage landing stránok pre účely kampane a propagácie;
- rozšírenie a úprava systémových prvkov existujúceho redakčného systému portálu a spustenia nového;
- implementáciu virtuálneho obsahu a augmented reality, video homepage, 360° galéria a prepojenie aplikácie s plánovačom 72hourcity.com;
- využitie platformy Smart Guide na pešie prehliadky;
- reflektovanie požiadavky „mobile first“, optimalizáciou dizajnu stránky mobilom;
- implementácia opatrení na väčšiu stabilitu a rýchlosť stránky;
- implementácia BA Card do mobilnej app. a jej aktualizácia;
- automatizácia webu a SEO optimalizácia;
- konzultačné služby;
- správa domén a hostingov;
- dodávanie a nasadzovanie tematického obsahu.

Tvorba a aktualizácia tematického, grafického a audio-vizuálneho obsahu pre visitbratislava.com a jej podstránok pre tematické inzercie a PR články, pre kampane, virtuálne prehliadky, súťaže, kvízy, obsah pre hendikepovaných, články s foto a videami k podujatiam, aktivitám, produktom CR, pre potreby špecifických textov na nové jaz. mutácie webu, na zabezpečenie aktuálnosti COVID19 info. pre turistov, aktuálny kalendár podujatí a podcastov.

Doplnenie foto. na účely PR článkov, brožúr, letákov na web a soc. siete, kampaní a projektov.

Vytvorenie 360° a dronových foto a foto ročné obdobia, produkty, konfer. priestory, podujatia, gastro, vinárstvo, kultúra, pamiatky, život a ľudia v meste, Dunaj a i.

Podaktivita zahŕňa aj monitor médií, nákup kontaktov, prácu s newsletterovým systémom, služby PR agentúr, zabezpečenie tlačových konferencií a prezentácií pre novinárov, merkatil pre médiá a pod.

Časový a vecný harmonogram:

Aktivity budú nadväzovať na video tvorbu, projekty a podujatia.

Správa webu, spustenie mob. app. na prípravu konceptu, analýza nového webu, automatizácia webu a tvorbu fotodatabázy cca 54 000 eur napr.:

- správu, údržbu a optimalizáciu webstránky (vrátane SEO), zabezpečenie pravidelného servisu, aktualizáciu webu a mobilnej app., vytváranie podstránok, kooperáciu s externými dodávateľmi pri vytváraní API prepojení a dopĺňanie funkcionalít pre administrátora web rozhrania, SEO a UX audit a implementácia zmien, upgrade app. a i.
- správa, údržba, editovanie, upgrade funkcionality, dopĺňanie obsahu a jeho aktualizácia, dopĺňanie jaz. mutácií, grafika web/app.(www.visitbratislava.com, web MICE, app. BCC), tvorba podstránok, programovanie, plug-ins, webhosting atď.;
- outsourcing správy systému, SEO kľúčové slová pre trhy;
- rozšírenie automatizovanej sekcie COVID19;
- market. automatizácia a personalizácia webu cez služby Salesmango ev. inej na zvýšenie efektívnosti online market. kom.;
- kreatívny koncept a grafický dizajn visitbratislava.com;

Rozvoj a podpora cestovného ruchu v destináciách po pandémii s ohľadom na meniacu sa bezpečnostnú situáciu

- Fotodatabáza - „fullproduction“ foto najvyššej kvality;
 - foto, video a grafický obsah s vysporiadaním všetkých práv a licencií pre šírenie, kt. sú dodané aj v cudzích jazykoch po korektúre od native speakrov.
- Tvorba a aktualizácia špecifického tematického obsahu cca 34 000 eur napr.:
- tvorbu a úpravu textov, dodanie foto, videí, grafík a kreatívnych konceptov, nové formy prezentácie, podcasty a i.
- Ostatné služby cca 31 000 eur napr.:
- monitor médií, práca s databázami, tlačové správy a organizovanie tlačových konferencií (aj online) na SR a na cieľových trhoch (náklady na priestory, doprava, zabezpečenie médií, občerstvenie, merkantil, kreatíva a produkcia, licencia mailchimp, nákup kontaktov, služby spojené s tlačovými správami, upomienkové predmety a pod.).
 - PR agentúra pre SR príp. okolité krajiny
 - Preklady a tlmočenie na podujatiach, korektúra textov a iné prekladateľské a tlmočnické služby.

Účel a prínos plánovanej podaktivity:

Web BTB (visitbratislava.com a nadviazané microsite 72hourcity a card.visitbratislava) je najdôležitejším kom. kanálom, kt. obsahuje všetko potrebné na jednom mieste napr. ponuky členov, užitočné informácie (aj COVID19 info), informácie o produkte BCC, novinky, podujatia, kontakty a i. Zároveň na ňu smerujú všetky kampane a propagácie, preto je nutné pravidelne aktualizovať a vytvárať jej nové funkcionality ako aj súvisiacej aplikácie tak, aby spĺňali najnovšie technologické, grafické, marketingové trendy.

Prostredníctvom SEO analýzy a nastavenia je možné dosiahnuť čo najlepšie organické vyhľadávanie a zobrazovanie BA vo vyhľadávačoch bez nutnosti marketingových kampaní.

Zvýšenie efektívnosti online marketingovej komunikácie BTB nasadením najmodernejších postupov a nástrojov marketingovej automatizácie s využitím platformy Salesmanago.

Účelom je využiť možnosti najnovších nástrojov online formou marketingovej automatizácie napr.:

- získavanie nových kontaktov pomocou formulárov,
- personalizácia newslettera a emailových kampaní,
- on-exit pop-up bannery / ponuky / formuláre,
- kompletná personalizácia úvodnej stránky (bannery, dynamické produkty),
- automatizácia remarketingu, cross-sell a upsell kampaní.

Zavedenie postupov prinesie výrazné zvýšenie efektívnosti marketingovej práce.

Vytvorenie digitálnej verzie BCC je primárne určené pre mladšiu cieľovú skupinu. Služba Smart Guid bude slúžiť na analýzu a manažment turistov v meste s možnosťou vytvárania online sprievodcov so špecifickými trasami a obsahom.

Príprava kreatívneho konceptu a dizajnu nového webu je potrebná keďže súčasný web visitbratislava je zastaralý.

Prínos informačného systému, PR aktivít:

- prehľad o správach a aktualitách týkajúcich sa destinácie
- aktívne zapájanie do publikovania informácií o BA pre verejnosť v spolupráci s médiami a novinármi
- email marketing a práca s databázami
- pri fotodatabáze dbáme na autenticitu, originalitu, estetickosť a výstižnosť.

Cieľové skupiny (komu je podaktivita určená):

Typ: víkendový návštevník (do 2 prenocovaní)

Motív návštevy: pobytový/dovolenka

Vek: od 15 do 90 rokov

Status: všetci

Znevýhodnené skupiny (ZŤP): Nie

Garant

Tomáš Koniar

Rozpočet podaktivity

Činnosť	Rozpočet	Požadovaná dotácia	Typ výdavkov	Vlastné zdroje
---------	----------	--------------------	--------------	----------------

Informačný systém, PR a komunikácia destinácie Bratislava	119 000,00 €	116 000,00 €	bežné	3 000,00 €
Spolu	119 000,00 €	116 000,00 €		

Podaktivita: Infocesty, fam a press tripy

Popis: Zabezpečenie infociest, fam tripov, press tripov a inšpekčných ciest v oblasti leisure so zameraním na tvorbu user generated contentu a v oblasti MICE so zameraním na nákupcov podujatí.

Infocesty, press tripy, fam tripy, študijné a inšpekčné cesty

Termín realizácie:

priebežne počas roka 2022

Miesto realizácie / lokalita:

Bratislava a priľahlý región

Zámer:

V LEISURE sa zameriame na prezentáciu a promo BA v spolupráci so slov. zástupcami médií (novinári, TV, rádio), CK a CA, touroperátormi, dopravcami, vloggermi a blogermi, s odbornou verejnosťou, VIP hosťami na cieľových trhoch (ČR, AT, DE, HU, UK, PL, HR a pod.).

Podľa aktuálnej situácie COVID19 budú aktivity:

- virtuálne alebo spojené s návštevou BA
- online prezentácie
- stretnutia s médiami a influencerami
- prezentácia BA v rámci súťaží a i.
- organizované BTB i v spolupráci so Slovakia Travel, zahranič. zastúpeniami Slovakia Travel, MDVSR, MZVaEZSR, slov. inštitútmi v zahraničí, KOČR a inými partnermi (napr. dopravcami či rezervačnými portálmi).

Aktivita bude obsahovať:

- organizáciu infociest/press/fam tripov (v prípade pretrvania COVID19 obmedzené zabezpečenie online presstripov spojených s virtuálnou prehliadkou, live streamom doručením lokálnych výrobkov, gastronómie, produktov a pod.).
- propagácia (inzerca a i.),
- ambasadorský prístup a spolupráca pri dlhšej a kontinuálnej propagácii BA u konkrétneho influencera,
- mekrantil pre média a influencerov,
- program v rámci prezentácie BA cez súťaže.

V odvetví MICE budú infocesty, press/fam tripy zamerané pre nákupcov podujatí, relevantné média, na tvorbu kontentu, oboznámenie subjektov s destináciou kreatívnou formou, sprostredkovanie kontaktov na dodávateľov a poskytovateľov služieb.

BCB plánuje v roku 2022 realizovať vzhľadom na aktuálnu situáciu spôsobenú COVID19:

- Fam trip, kt. cieľom je zaujať cieľovú skupinu.
- Press trip pre relevantné MICE média/ press trip ako promo pre nákupcov podujatí v krajinách EÚ.

Aktivita bude zameraná na nákupcov podujatí, inšpekčné cesty, podpory kandidátúr pre cieľové skupiny incentíva, corporate meeting planners, venue finders a asociačné stretnutia a konferencie.

Máme záujem organizovať prioritne live fam/press tripy avšak alternatívou je virtuálna verzia, príp. prezentácia destinácie formou roadshow na vybraných cieľových trhoch.

Časový a vecný harmonogram:

Realizácia aktivity sa predpokladá priebežne počas roka 2022 v závislosti od sezóny, ako aj od ad hoc žiadostí o spoluprácu tohto typu, ktoré pravidelne počas roka dostávame.

Predpokladaná náklady pre infociest/presstripov/fam tripov:

- zabezpečenie ubytovania, dopravy do destinácie, vstupov do múzeí, galérií a rôznych atraktivít Bratislavy, stretnutí s partnermi v destinácii, prezentácií regionálnej gastronómie, zabezpečenie sprievodcovských a tlmočnických služieb pre účastníkov infociest/presstripov/fam tripov. Pri zabezpečení aktivity spolupracujeme s vybranými poskytovateľmi služieb (ubytovacie zariadenia, sprievodcovia, CK a iné inštitúcie). Zohľadňujeme rozsah spolupráce a účinok očakávaného výstupu. V prípade niektorých menších spoluprác (najmä s individuálnymi vloggermi, blogermi a inými menej známymi influencerami), preto poskytujeme adekvátnu čiastkovú podporu ich ciest, napr. v podobe destinačnej karty Bratislava CARD – City & Region alebo podporu informačného charakteru (hľadanie kontaktov, vybavenie povolení, vstupov, prehliadky mesta a pod.)

- Inzerca a umiestňovanie platených výstupov na profiloch vybraných influencerov a médií a sponzoring pri tvorbe obsahu (nová forma online spolpatneného marketingu mimo klasických médií)

Rozvoj a podpora cestovného ruchu v destináciách po pandémie s ohľadom na meniacu sa bezpečnostnú situáciu

a systémov sociálnych sietí)

- Virtuálna forma: Náklady na tvorbu videí, technické zabezpečenie vysielania/streamu, produkčné náklady na mieste a 3D prehliadky vybraných venues, program, moderátora a i. Výsledná suma bude stanovená procesom VO.

- Prezentácia roadshow bude prebiehať vo vopred vybranej destinácii (CBC BTB uskutoční prezentáciu destinácie v zahraničí).

Realizácia plánovaných podujatí môže byť znemožnená mimoriadnymi, nepredvídateľnými a neodvratiteľnými udalosťami spôsobujúcimi škodu, nepriaznivou bezpečnostnou situáciou (vis maior/vyššia moc) napr. v oblasti verejného zdravia, ako aj neovplyviteľným štátnym nariadením, prírodnou, vojnovou či inou závažnou udalosťou, resp. obmedzeniami súvisiacimi s COVID19.

Účel a prínos plánovanej podaktivity:

Účelom aktivity pre oblasť LEISURE je propagovať destináciu prostredníctvom novinárov, zástupcov relevantných agentúr i spoločností a influencerov, ktorí sú tvorcami takzvaného user generated contentu. Výsledkom (výstupmi) tejto činnosti je teda obsah (PR články, fotografie, videá, dokumenty, rozhovory, podcasty a podobne), ktorý nevytvára priamo BTB, ale návštevníci – mienkotvorní účastníci spomínaných ciest. Šíria jednak svoj názor, ktorý má ďalej vplyv na ich čitateľov a sledovateľov, a jednak dobré meno, povedomie, imidž destinácie. Na ich výstupy teda nadväzuje návšteva destinácie bežnými turistami, ktorí sú ovplyvnení vytvoreným obsahom.

Hlavným prínosom pri tomto druhu marketingovej podpory sú autenticita a budovanie brandu a komunity. User generated content výrazne ovplyvňuje potenciálnych návštevníkov pri rozhodovaní. Je to vraj najmä generácia „mileniálov“, pre ktorú je user generated content hlavným indikátorom kvality značky (v našom prípade destinácie Bratislava). Veríme, že aj túto skupinu návštevníkov potenciálne oslovia výstupy relevantných médií a influencerov, ktorými sú v prípade destinácie Bratislava hlavne blogeri a vlogeri pôsobiaci v oblasti cestovania, lifestyle a gastronómie.

Účelom aktivity pre oblasť MICE je predstaviť nákupcom podujatí destináciu a jej incentívnu ponuku efektívnou, kreatívnou a za súčasných podmienok realizovateľnou a udržateľnou formou.

Prínosom je budovanie pozitívneho imidžu Bratislavy (a regiónu Bratislava) ako atraktívnej destinácie.

Fam trip je aktivita, ktorá z dlhodobého hľadiska prináša relevantné výsledky vo forme obchodných príležitostí a následne aj konkrétnych podujatí zrealizovaných v destinácii. Tento formát generuje pozitívne referencie, pozitívny imidž destinácie a sprostredkovanie kontaktov na dodávateľov a poskytovateľov služieb v destinácii.

V prípade organizácie roadshow ide o prezentáciu destinácie na vybranom cieľovom trhu, relevantnému publiku.

Cieľové skupiny (komu je podaktivita určená):

Typ: *viacdňový návštevník (3 a viac prenocovaní)*

Motív návštevy: *pobytový/dovolenka*

Vek: *od 15 do 90 rokov*

Status: *všetci*

Znevýhodnené skupiny (ZŤP): *Áno*

Garant

Tomáš Koniar

Rozpočet podaktivity

Činnosť	Rozpočet	Požadovaná dotácia	Typ výdavkov	Vlastné zdroje
Infocesty, press tripy, fam tripy, študijné a inšpekčné cesty	57 000,00 €	55 000,00 €	bežné	2 000,00 €
Spolu	57 000,00 €	55 000,00 €		

Podaktivita: Nákup mediálneho priestoru, reklamné plochy

Popis: Celoročná inzercia a propagácia destinácie v online, tlačených a audiovizuálnych médiách.

Celoročná inzercia a propagácia destinácie v online, tlačených a audiovizuálnych médiáchTermín realizácie:

priebežne počas roka 2022

Miesto realizácie / lokalita:

SR a zahraničné trhy

Zámer:

Realizácia aktivít na zmenu vnímania mesta BA domácimi turistami, návštevníkmi a odstránenie bariér pre reálny rozvoj DCR s dôrazom na potrebu v post COVID19 období.

Celoročná inzercia a propagácia v domácich aj v zahraničných médiách na cieľových trhoch príp. aj iných trhoch vzhľadom na bezpečnostnú situáciu v SR (napr.: PL, HU, HR a pod.) zabezpečenie mediálneho priestoru a nákup vysielacieho času podľa vhodného tematického zaradenia. Zameriava sa na noviny, online inzercie, inzercie natívnej reklamy prostredníctvom online nástrojov ako napríklad STROSSLE, promo prostredníctvom influencerov, podcastov, magazíny, katalógy, propagáciu prostredníctvom rádií a TV (aj online), natívny obsah v TV a rádiách, resp. vlastné relácie a iné vhodné médiá. Zámerom je propagovať BA jej produkty CR s dôrazom aj na mimosezónne obdobia, predĺženie pobytu a udržateľnosť CR. Obsah bude v súlade so správaním subjektov/spotrebiteľov na jednotlivých trhoch. Plánovaná je aj spolupráca na spoločnej propagácii BA s partnermi (ZZ Slovakia Travel, MDVSR, KOČR BRT, letisko, dopravcovia, rezervačné systémy a pod.) a členmi BTB.

Hlavné témy inzercie v médiách budú: 72 hour city, Turistom v hlavnom meste, BA na vlastné nohy, MČ a atrakcie mimo centra, sezóny v BA a lifestylevé témy (kultúra, korunovácie, šport, gastronómia, Dunaj), BA CARD – City & Region, región, B2B propagácia, kampaň (leto, jeseň, zima), posilnenie značky BA a BTB, opätovné naštartovanie CR, propagácia projektov, produktov, podujatí, aktivít a služieb, na kt. BTB spolupracuje alebo ich vytvára. Komunikácia bude zameraná na obnovu CR, posilnenie povedomia o dôležitosti CR v BA a i.

Možná spolupráca s letiskom MRŠ BA na kampaniach pre nové linky a letecké spojenia, kt. vytvárajú novú návštevnosť (Kodaň, Atény, Záhreb a i.), tiež možná spolupráca s dopravcami a službami na rezervovanie ubytovania a služieb.

Časový a vecný harmonogram:Časový harmonogram:

Aktivitu plánujeme realizovať priebežne počas roka. Dôraz budeme klásť na kampane a na mimosezónne komunikácie v rámci média mixu.

Vecný harmonogram:

Rozpis financií pre jednotlivé krajiny sa môže počas roka meniť podľa aktuálnej bezpečnostnej situácie napr.:

Slovensko: cca 50 000 eur

Česko, Rakúsko, Nemecko, UK, Poľsko, Chorvátsko, príp. Maďarsko resp. iné krajiny: cca 51 000 eur.

Celkové množstvo a rozsah inzercie a vysielacieho času závisí od cenových ponúk a zliav, ktoré sú subjekty ochotné poskytnúť počas jednaní pri snahe BTB o šetrenie verejných zdrojov.

Príklady výstupov v domácich a zahraničných médiách: Plus 7 dní, Život, Evita, Refresher, Strossle, SME, Blesk, Reflex, Lonely Planet, Reise Aktuell, Gute Reise, Reise Lust, Rádio Expres, Fun Rádio, Rádio Frekvence 1, Evropa 2, Radio Wien a NO, Markíza, RTVS, TA3, ČT a pod.

Účel a prínos plánovanej podaktivity:

Účelom a prínosom aktivity je efektívna propagácia Bratislavy naprieč celým spektrom médií, v záujme prilákania nových návštevníkov do destinácie, zvýšenia povedomia o destinácii, zlepšenia rozpoznateľnosti a zapamätateľnosti značky „Bratislava“. V roku 2022 bude dôležité opäť naštartovať cestovný ruch v Bratislave a zabezpečiť tzv. brand awareness aj v zahraničí, aby Bratislava zostala na mape obľúbených citybreakov.

Reálna potreba posilnenia domáceho CR pre Bratislavu vyžadujú zmeny prístupu a odstránenia reálnych bariér, ktoré sú špecifické v Bratislave na rozdiel od iných lokalít SR.

Zároveň bude prebiehať propagácia počas najsilnejších kampaní, ktoré sa týkajú návštevy Rozvoj a podpora cestovného ruchu v destinácií po pandémie s ohľadom na meniacu sa bezpečnostnú situáciu

Bratislava mimo hlavnej sezóny, podporuje aj udržateľnosť produktov a atraktivít CR.

Spolupráca s letiskom Bratislava a obnovenie leteckých liniek a zavedenie nových liniek budú vytvárať návštevnosť z uvedených zdrojových trhov. Kodaň je zázemím pre škandinávsku klientelu, Atény predstavujú odporúčanú destináciu v rámci leteckej dopravy do SR.

Cieľové skupiny (komu je podaktivita určená):

Typ: víkendový návštevník (do 2 prenocovaní)

Motív návštevy: kultúrno /poznávací

Vek: od 15 do 90 rokov

Status: všetci

Znevýhodnené skupiny (ZŤP): Áno

Garant

Tomáš Koniar

Rozpočet podaktivity

Činnosť	Rozpočet	Požadovaná dotácia	Typ výdavkov	Vlastné zdroje
Celoročná inzercia a propagácia destinácie v online, tlačných a audiovizuálnych médiách	101 000,00 €	100 000,00 €	bežné	1 000,00 €
Spolu	101 000,00 €	100 000,00 €		

Podaktivita: Online marketing

Popis: Celoročný online ATL aj BTL marketing prostredníctvom moderných komunikačných nástrojov, predovšetkým sociálnych sietí, videí, webbanerovej reklamy a online kampaní, vrátane konzultácií.

Online marketing destinácie počas roka

Termín realizácie:

priebežne počas roka 2022

Miesto realizácie / lokalita:

SR a zahraničné trhy

Zámer:

ATL a BTL online marketing prostredníctvom účinných a moderných komunikačných nástrojov zahŕňa najmä sociálne siete a internetové stránky, Facebook, Instagram, TikTok, LinkedIn, Twitter, Google a YouTube, online bannery, videoreklamy a komplexnú online propagáciu, propagáciu prostredníctvom rôznych online platforiem ako napr. STROSSLE, online promo v spolupráci s influencermi, cez podcasty a pod.

Digitálny marketing na portáloch OTAs – realizovanie platených kampaní a podpora destinácie na portáloch OTAs a iných vyhľadávačoch: booking.com, Hotels, ale aj Visit a City, expedia.com, Ryanair, Tripadvisor, ZSSK a iné so zámerom propagácie destinácie Bratislava a jej produktov CR s dôrazom na mimosezónne obdobie a udržateľnosť cestovného ruchu. Obsah bude prispôbený spotrebiteľskému správaniu na jednotlivých trhoch.

V rámci online propagácie na týchto platformách dostane veľký priestor video, ktoré je už niekoľko rokov jedným z najúčinnějších a najobľúbenejších médií na internete. Súčasný trend poukazuje na to, že ľudia preferujú video pred písaným textom, ako aj na to, že video silnejšie motivuje k nákupu ako iné online komunikačné formy.

Témy online marketingovej propagácie sú v súlade s Marketingovou a komunikačnou stratégiou BTB 2018-2022 a prispôbené aktuálnej situácii pandémie COVID 19.

Online marketing bude zameraný na naštartovanie CR s prepojením na kľúčové marketingové témy kampaní, ktorých cieľom je orientácia na domáce obyvateľstvo a podpora domáceho cestovného ruchu a zvýšenie počtu prenocovaní v destináciách.

Pri výkone aktivity sa zameriavame aj na mimosezónnosť.

Súčasťou aktivity budú konzultácie ohľadne najnovších online marketingových trendov, nástrojov, nastavovania a vyhodnocovania propagácie a zároveň využívanie nástrojov napr. Kontentino na správu a analýzu obsahu a kampaní na sociálnych sieťach a pod.

Časový a vecný harmonogram:

Priebežne počas roka 2022.

BTB bude pozorne a aktívne prispôbovať svoju ATL/BTL komunikáciu destinácie a jej tematických, udržateľných produktov a obsahových línií aktuálnej bezpečnostnej a spoločenskej situácii. Rozpis financií je predbežný a môže sa počas roka meniť podľa aktuálnej bezpečnostnej situácie.

Predbežné rozpočty pre krajiny:

Slovensko: cca 36 000 eur

Česko, Rakúsko, Nemecko, Poľsko, príp. Maďarsko, Chorvátsko a iné cca 55 000 eur

Digitálny online marketing vo vyhľadávačoch: cca 30 000 eur.

Účel a prínos plánovanej podaktivity:

Plánovaný komplexný online marketing má vďaka diverzifikácii kampaní potenciál naštartovať cestovný ruch v Bratislave. Naším cieľom je zároveň zaujať verejnosť celoročne, nielen nárazovo počas hlavnej sezóny. Očakávaným prínosom plánu činnosti je:

- Postupné naštartovanie cestovného ruchu v Bratislave po uvoľnení opatrení vzhľadom na pandémiu COVID 19.
- Dotvárať pozitívny, profesionálny a progresívny imidž Bratislavy.
- Zapojením lokálnych subjektov do online propagácie vyzdvihnúť lokálne tipy a autenticitu zážitkov, ktoré na návštevníkov čakajú, a tým vybudovať dôvernejší vzťah k Bratislave tak domácich, ako aj zahraničných návštevníkov.

Naším cieľom je preto, čo najviac využiť video marketing v prospech destinácie. Dôležité bude opäť naštartovať cestovný ruch v Bratislave a zabezpečiť tzv. brand awareness aj v zahraničí, aby Bratislava zostala na mape obľúbených citybreakov nielen prostredníctvom inzercie, ale aj promom. Rozvoj a podpora cestovného ruchu v destináciách po pandémii s ohľadom na meniacu sa bezpečnostnú situáciu

Cieľové skupiny (komu je podaktivita určená):

Typ: *víkendový návštevník (do 2 prenocovaní)*

Motív návštevy: *kultúrno /poznávací*

Vek: *od 15 do 90 rokov*

Status: *všetci*

Znevýhodnené skupiny (ZŤP): *Nie*

Garant

Tomáš Koniar

Rozpočet podaktivity

Činnosť	Rozpočet	Požadovaná dotácia	Typ výdavkov	Vlastné zdroje
Online marketing destinácie počas roka	121 000,00 €	120 000,00 €	bežné	1 000,00 €
Spolu	121 000,00 €	120 000,00 €		

Podaktivita: Marketingové kampane**Popis:** Celoročné marketingové kampane na Slovensku a na zahraničných trhoch**Marketingové kampane destinácie počas roka**Termín realizácie:

priebežne počas roka 2022

Miesto realizácie / lokalita:

SR a zahraničné trhy

Zámer:

Propagácia prostredníctvom efektívnych marketingových nástrojov v rámci offline a online komunikácie.

Pri online kampaniach sa primárne zameriame na inzerciu, PR články, sociálne siete, promo a cez influencerov, newsletter, rezervačné systémy a iné online marketingové nástroje.

V rámci TV a rádii sa okrem reklamných spotov zameriavame na natívny obsah, vysielač čas a vlastné relácie.

V rámci offline kampaní sa zameriame na ich umiestnenie na strategických miestach napr. v centrách miest a v nákupných centrách, propagačné nástroje vo verejnej doprave, v obchodných centrách a pod.

Súčasťou vhodného média mixu kampaní sú aj prezentácie, súťaže a pod., ktoré môžu byť súčasťou kreatívneho konceptu kampane na rok 2022.

Marketingové kampane plánujeme realizovať počas všetkých ročných období.

Konkrétnymi plánovanými témami budú najmä: 72-hour City, Turistom vo vlastnom meste, Bratislava na vlastné nohy, produktová ponuka Bratislavy, ponuka členov BTB, TOP 10 v Bratislave (v rôznych oblastiach), zmena vnímania Bratislavy na Slovensku, život lokálnych komunít a influencerov podpora podujatí, projektov a aktivít, na ktorých participuje alebo organizuje BTB. Plánovaná je aj propagácia s využitím rezervačných portálov (napr. Expedia, Ryanair, Tripadvisor a iné OTAs portály) a propagácia v spolupráci so slovenskými či zahraničnými dopravcami a partnerskými organizáciami ako KOCR BRT, Slovakia Travel, MDVSR, Letisko M. R. Š. a pod. Realizácia aktivít na zmenu vnímania mesta BA domácimi turistami, návštevníkmi a odstránenie bariér pre reálny rozvoj DCR s dôrazom na potrebu v post COVID19 období.

Časový a vecný harmonogram:Časový harmonogram:

Kampane zamerané na Slovensko a zahraničné trhy (Česko, Rakúsko, Nemecko a Maďarsko, Poľsko, Chorvátsko a iné) sa budú realizovať priebežne počas roka 2022.

- Zima: brand awareness online kampaň na pripomenutie Bratislavy ako vhodnej destinácie na citybreak, virtuálne prehliadky v rámci projektu Turistom vo vlastnom meste
- jar: online propagácia zameraná na pripravenosť Bratislavy, otváranie prevádzok, služieb pri maximálnych bezpečnostných opatrení - pozvánka na leto (resp. obdobie kedy bude možné cestovať), na zmenu vnímania mesta BA domácimi turistami, návštevníkmi a odstránenie bariér pre reálny rozvoj DCR s dôrazom na potrebu v post COVID19 období.
- leto: Letná kampaň Turistom vo vlastnom meste (TVVM) a komunikácia mesta aj ako „Bratislava 72-hodinové mesto“ v rámci nového kampaňového obsahu Bratislava na vlastné nohy, ktorý je vhodný na komunikáciu počas a po COVID 19.
- jeseň: Jesenná kampaň 72-hour City (Bratislava na vlastné nohy) a TVVM
- zima: Zimná kampaň 72-hour City Bratislava na vlastné nohy) a TVVM
- druhá polovica roka: videá propagujúce Bratislava CARD - City & Region ako nosný produkt BTB, vlogy, promo produktov CR (členská základňa BTB) v Bratislave, regióne, promo podujatí a podobne.

Vecný harmonogram:

Rozsah a rozmiestnenie propagačných nástrojov sa bude odvíjať od situácie na Slovensku a na cieľových trhoch ohľadne šírenia COVID19, realizácie súvisiacich online kampaní, cenových ponúk, prípadných zliav a aktuálnej sezóny.

Rozpis podľa krajín:

- Slovensko: predbežne 35 000 eur
- Česko, Rakúsko, Nemecko, Poľsko, Maďarsko, Chorvátsko, prípadne UK: predbežne 18 000 eur.

Rozvoj a podpora cestovného ruchu v destinácií po pandémie s ohľadom na meniacu sa bezpečnostnú situáciu

Celkový rozsah kampaní závisí od cenových ponúk a zliav, ktoré sú subjekty ochotné poskytnúť v zmysle hospodárnosti a účelnosti vynakladania s verejnými zdrojmi.

Účel a prínos plánovanej podaktivity:

Účel a prínos marketingových kampaní:

- pomoc pri naštartovaní CR ruchu v Bratislave
- zlepšenie vnímania Slovákov svojho hlavného mesta
- zvýšiť povedomie o destinácii doma i v zahraničí
- dotvárať pozitívny, profesionálny a bezpečný imidž Bratislavy
- celkový média mix počas kampaní.

Cieľové skupiny (komu je podaktivita určená):

Typ: *víkendový návštevník (do 2 prenocovaní)*

Motív návštevy: *kultúrno /poznávací*

Vek: *od 15 do 90 rokov*

Status: *všetci*

Znevýhodnené skupiny (ZŤP): *Nie*

Garant

Tomáš Koniar

Rozpočet podaktivity

Činnosť	Rozpočet	Požadovaná dotácia	Typ výdavkov	Vlastné zdroje
Marketingové kampane destinácie počas roka	53 000,00 €	52 000,00 €	bežné	1 000,00 €
Spolu	53 000,00 €	52 000,00 €		

Podaktivita: Merkantil/merchandising

Popis: Merkantil a prezentačné predmety na podporu činnosti a propagácie. Merkantil pre identifikáciu mesta – destinácie k témam: mestské časti, Turistom vo vlastnom meste, 72 hodinové mesto, MICE a ad hoc.

Merkantil a prezentačné predmetyTermín realizácie:

priebežne počas roka 2022

Miesto realizácie / lokalita:

SR, Bratislava

Zámer:

V pláne máme vytvoriť prezentačné darčkové a spomienkové predmety, napríklad zápisníky, notesy, perá, magnetky, tašky a iné hmotné predmety, ako aj propagačné predmety v súlade s aktuálnymi témami určené na umiestnenie v rámci indoorových aj outdoorových podujatí.

Okrem toho zaobstaranie merkantilu napr.: moderný prezentačný stan (jednoduchý na inštaláciu, uzatvárateľný s ochranným opláštením využiteľným na outdoorové promo destinácie spolu s ukotvením a mobiliárom), roll-upy, bannery, beachflagy, fotosteny, prezentačné pulty a iné prezentačné nástroje slúžiace na podporu činnosti a propagácie a taktiež prezentačná technika – notebooky, obrazovky, tablety a iné.

Merkantil bude v zásade niesť charakteristické prvky, symboly či farby destinácie. Zároveň bude reflektovať aktuálne témy destinácie, okrem iného témy ako korunovácia (napr. korunovačné mince, korunky), keltské dejiny, historická Bratislava, Dunaj a iné.

Merkantil pre potreby TIC, jednotný branding sprievodcov. V roku 2022 plánuje BTB venovať rozvoju turistickej infraštruktúry v mestských častiach, kampaniam Turistom vo vlastnom meste a 72 hodinové mesto, Bratislava na vlastné nohy a iné.

Súčasťou merkantilu BTB bude aj MICE hodnotnejší merch, pre MICE klientelu.

Vzhľadom na aktuálnu situáciu spôsobenú ochorením COVID19 bude súčasťou aj nákup ochranných pomôcok a dezinfekcií predovšetkým do informačných centier pre zamestnancov BTB prichádzajúcich do styku s návštevníkmi destinácie aj ako súčasť podujatí a pod.

Časový a vecný harmonogram:

Finálna suma výdavkov na plán činnosti bude závisieť od špecifikácie predmetu zákazky a procesu VO, grafickej a dizajnovej náročnosti, ponúk dodávateľov vrátane cenovej ponuky, ako aj od skutočne obstaraného množstva a iných súvisiacich faktorov.

Merkantil sa bude používať hlavne počas veľtrhov, výstav, prezentácií, B2B stretnutí, infociest, fam tripov, presstripov a pod., ktoré sú uvedené v nadväzujúcich plánoch činnosti. V prípade, že bude obstaraná technika, bude sa používať priebežne počas roka.

Účel a prínos plánovanej podaktivity:

Tieto predmety budú v rámci BTB využívať najmä oddelenia marketingu, PR, MICE a TIC, a to na podporu propagácie Bratislavy na veľtrhoch, výstavách, prezentáciách a iných domácich aj zahraničných podujatiach, prípadne v rámci súťaží. Účelom je tvorba prezentačných predmetov, ktoré sú nápomocné pri propagácii Bratislavy a jej imidžu a zároveň sú trendy, aktuálne, kreatívne, nápadité, pričom berú ohľad aj na životné prostredie (eko-merkantil). Tieto hmotné predmety sú prostriedkom nadviazania rýchleho a efektívneho kontaktu s verejnosťou a tiež snahou o získanie lojality verejnosti voči destinácii, jej produktom a podujatiam. Zabezpečenie jednotného brandingu (napríklad prostredníctvom jednotných tričiek pre sprievodcov a dobrovoľníkov) prispieva aj k lepšej zapamätateľnosti destinácie a jej aktivít.

Cielové skupiny (komu je podaktivita určená):

Typ: *víkendový návštevník (do 2 prenocovaní)*

Motív návštevy: *kultúrno /poznávací*

Vek: *od 15 do 90 rokov*

Status: *všetci*

Znevýhodnené skupiny (ZŤP): *Áno*

Garant

Tomáš Koniar

Rozpočet podaktivity

Činnosť	Rozpočet	Požadovaná dotácia	Typ výdavkov	Vlastné zdroje
Merkantil a prezentačné predmety	12 000,00 €	11 000,00 €	bežné	1 000,00 €
Spolu	12 000,00 €	11 000,00 €		

Podaktivita: MICE (Meeting, Incentive, Conferences, Events)

Popis: Propagácia, prezentácia a budovanie povedomia o kongresovej Bratislave na zahraničných trhoch. Bidding na podujatiach s cieľom budovať atraktívnu a udržateľnú destináciu vo vzťahu k nákupcom podujatí a segmentu MICE

Propagácia a prezentácia kongresovej Bratislavy a akvizícia (bidding)Termín realizácie:

priebežne počas roka 2022

Miesto realizácie / lokalita:

Európa

Zámer:

Tvorba aktuálneho a relevantného obsahu o destinácii BA pre cieľovú skupinu meeting planners zo SR a zo zahraničia a jeho šírenie prostredníctvom online marketingu. Kvalitný obsah je kľúčový pre zviditeľnenie brandu destinácie.

Cieľom content marketingu je konzistentná a jasná komunikácia USP (unique selling proposition). Tvorba článkov, rozhovorov s vplyvnými osobnosťami z relevantnej oblasti, správa sociálnych sietí, správne nastavenie a administrácia kampaní, zaujímavé business príbehy, PR aktivity, reklamný priestor v online a offline médiách, využitie ATL a BTL marketingových nástrojov, šírenie obsahu formou microsite, sociálnych sietí, direct mailingu či newsletterov pre sféru B2B.

Aj v roku 2022 plánujeme pokračovať v budovaní brandu na LinkedIn formou pravidelného postovania i platenej reklamy. Využijeme aj iné formy propagačných aktivít BA ako MICE destinácie na domácich i zahraničných odborných platformách/médiách venujúcich sa výhradne B2B segmentu.

V rámci prezentácie BA ako MICE destinácie na zahraničných trhoch a medzinárodných MICE workshopoch, meetingoch, prezentáciách a odborných fórach (vlastný stánok, plocha príp. spolupráca so Slovakia Travel) s ohľadom na pandémiu COVID19.

Účasť na etablovaných B2B stretnutiach/podujatiach (napr. butikové fóra Break the Ice, M&I Forums, The Meeting Space, Meeting Shows, MICE Events) a i. online formách participácie a spolupráca na podujatiach. V prípade priaznivých podmienok BCB uskutoční prezentáciu destinácie v zahraničí formou roadshow na vybranom cieľovom trhu pre relevantné publikum.

Akvizícia (bidding) predstavuje snahu o zorganizovanie veľkých podujatí a konferencií (business meetings) v BA, hlavne asociačné podujatia, príp. účasť na online platformách so zástupcami asociácii a pod.

Spolupráca na biddingu zastrešenom členmi BTB a s tým naviazané služby, práca s odbornou verejnosťou doma a v zahraničí, funkcionality a zabezpečenie CRM systému.

Časový a vecný harmonogram:

Tvorba obsahu a jeho šírenie prostredníctvom online a offline kanálov je potrebné tvoriť v predstihu a šíriť formou neplatenej reklamy, na to plánujeme nadviazať platenú online reklamu.

Spolupráca s členmi BTB v oblasti PCO/DMC s ich prípadným bidom na organizovanie eventu. Následne prebieha oslovenie asociácií a potenciálnych lokálnych hostiteľov, nadviazanie komunikácie a budovanie povedomia o destinácii.

Na účely následného uchovania a spracovania B2B kontaktov a dát sme v minulých rokoch začali s prevádzkou CRM (Customer Relationship Management) systému, ktorý bude kontinuálne využívaný aj naďalej.

Finančné prostriedky budú použité napr. na aktivity:

- sponzorované posty na sociálnych sieťach, konzultácie k expertným nastaveniam kampaní (LinkedIn a i.);
- tvorba obsahu, jeho distribúcia na databázu kontaktov, direct mailing, zaradenie v newsletteri a pod.;
- inzercia určená pre komunikáciu brandu destinácie (lokálne i medzinárodné médiá);
- akvizícia na asociačné podujatia a spolupráca na biddingu zastrešenom členmi BTB a s tým súvisiace služby, možná účasť na online platformách so zástupcami asociácií a pod.;
- funkcionality a zabezpečenie CRM systému;
- prezentácia BA ako MICE destinácie na zahraničných trhoch prioritne LIVE eventy (butikové fóra Break the Ice, M&I Forums, The Meeting Space, Meeting Shows, MICE Events a iné), príp. online

Rozvoj a podpora cestovného ruchu v destináciách po pandémii s ohľadom na meniacu sa bezpečnostnú situáciu

forma participácie a spolupráca na podujatiach v destinácii;
Realizácia plánovaných podujatí môže byť znemožnená mimoriadnymi, nepredvídateľnými a neodvrátiteľnými udalosťami spôsobujúcimi škodu, nepriaznivou bezpečnostnou situáciou (vis maior/vyššia moc) napr. v oblasti verejného zdravia, ako aj neovplyvniteľným štátnym nariadením, prírodnou, vojnovou či inou závažnou udalosťou, resp. obmedzeniami súvisiacimi s COVID19.

Účel a prínos plánovanej podaktivity:

Výsledkom /výstupom bude relevantný obsah o destinácii (články, rozhovory, reportáže) pre cieľovú skupinu meeting plannerov/buyerov zo Slovenska i zahraničia, obzvlášť z regiónu New Europe.

Účelom je tvoriť, podporovať a šíriť dobré meno destinácie Bratislava, ktorá je bezpečnou, dôveryhodnou, relevantnou, atraktívnou a dostupnou destináciou so zaujímavým a jedinečným know-how.

V rámci merateľnosti výstupov vždy dokladáme štatistiky impresií a engagementu.

Uchádzanie sa o zorganizovanie medzinárodných asociačných podujatí má ekonomický, sociálno-reputačný a propagačný rozmer. Z dôvodu značného ekonomického prínosu podujatí typu business meetings, preto považujeme za dôležité a ekonomicky veľmi prínosné pokračovať v biddingu a podporiť tým potenciálne zorganizovanie ďalších veľkých podujatí.

Aktivity prispievajú k zviditeľneniu destinácie medzi laickou i odbornou verejnosťou, k lepšiemu prístupu k cieľovým trhom a skupinám, majú veľký význam v oblasti nadväzovania partnerstiev a spolupráce, k získavaniu a udržiavaniu profesionálnych kontaktov v odvetví.

Plánované medzinárodné veľtrhy a výstavy sú kľúčové pre MICE resp. meetings industry. Tieto podujatia svetového významu umožňujú komunikovať značku Bratislava ako atraktívnu a udržateľnú kongresovú destináciu. Relevantné kontakty získané z veľtrhov, výstav a prezentácií uplatňujeme okrem iného pri realizácii infociest, fam tripov, press tripov a inšpekčných ciest. Od účasti na veľtrhoch, výstavách a prezentáciách a B2B stretnutiach očakávame ekonomický aj komunikačný úspech. Hoci ide o starší typ informačného média, je jedným z najpriamejších, a preto má zmysel vynakladať naň časové, pracovné a finančné zdroje. Na účely následného uchovania a spracovania B2B kontaktov a dát sme v minulých rokoch začali s prevádzkou CRM (Customer Relationship Management) systému, ktorý bude kontinuálne využívaný aj naďalej.

Cieľové skupiny (komu je podaktivita určená):

Typ: *viacdňový návštevník (3 a viac prenocovaní)*

Motív návštevy: *kongresový*

Vek: *od 26 do 49 rokov*

Status: *slobodný*

Znevýhodnené skupiny (ZŤP): *Nie*

Garant

Tomáš Koniar

Rozpočet podaktivity

Činnosť	Rozpočet	Požadovaná dotácia	Typ výdavkov	Vlastné zdroje
Propagácia a prezentácia kongresovej Bratislavy a akvizícia (bidding)	94 000,00 €	91 000,00 €	bežné	3 000,00 €
Spolu	94 000,00 €	91 000,00 €		

2) Činnosť TIC /Turistického informačného centra

Podaktivita: Podpora produktov CR

Popis: Činnosť a prevádzka TIC - dostupnosť informácií, digitalizácia, ochrana zdravia a bezbariérovosť

Činnosť a prevádzka TIC, informačná dostupnosť a debarierizácia TICTermín realizácie:

priebežne počas roka 2022

Miesto realizácie / lokalita:

Bratislava

Zámer:

BTB počas turistickej sezóny plánuje otvoriť sezónne infopointy, ktoré sú strategicky umiestnené na vstupných bránach do mesta a v mieste najväčšieho pohybu návštevníkov (v historickom centre mesta, AS, Hlavná stanica, Letisko MRŠ, Osobný prístav, Hrad Devín, pontón Twin City Linera, Dóm sv. Martina a iné). V roku 2022 plánujeme rozšíriť infopointy o TIC v priestoroch Dómu sv. Martina, ktorý bude zriadený pre potreby návštevníkov a sezónny infopoint Twin City Gate, ktorý bude plniť funkciu turistom priamo pri vstupe/výstupe na loď. Všetky uvedené sezónne infopointy prirodzene dopĺňajú portfólio služieb stáleho infopointu. V prevádzkach TIC Klobočnícka plánujeme v roku 2022 drobné rekonštrukčné práce, repasáciu vybavenia a zariadení.

Súčasťou stálych a sezónnych TIC sú aj služby informátorov v meste, koordinátorov parkovania a usmerňovania turistických autobusov, ktorí prispievajú k zvýšeniu komfortu návštevníkov, pomáhajú predchádzať nepríjemným situáciám, eliminovať negatívnu skúsenosť návštevníka a naopak dokážu navodiť pozitívny dojem z jeho návštevy.

Tieto služby prispievajú k rozšíreniu ponuky, k skvalitneniu poskytovaných služieb. Naším partnerom v tomto projekte je Bratislavské dobrovoľnícke centrum.

Aktivity TIC predstavujú aj sprievodcovské služby a zabezpečenie prehliadok.

Poskytovanie propagačných, prezentačných a informačných služieb v rámci pobočiek TIC bude zabezpečené prostredníctvom prezentátorov destinácie a koordinátorov turistov, ktorí budú zabezpečení externým dodávateľom cez proces VO (nepôjde o brigádnikov ale o poskytovanie propagačných a informačno-prezentačných služieb).

V roku 2021 zrealizovala BTB v priestore TIC na Klobočníckej Haptickej mapu 3 kocky 3D pre hendikepovaných, ktoré sú určené na zlepšenie dostupnosti informačných služieb pre hendikepovaných návštevníkov TIC. V roku 2022 plánujeme bežnú údržbu a doplnenie funkcionalít Haptickej mapy a 3 ks 3D kociek pre hendikepovaných.

Časový a vecný harmonogram:

Prevádzkovanie sezónnych TIC prebehne najmä v mesiacoch máj až október a bude závisieť od intenzity vyťaženia danej lokality v jednotlivých mesiacoch a tiež od situácie v súvislosti s COVID19.

Zriadenie sezónnych infopointov je často spojené s nutným vytvorením a financovaním doplnkovej infraštruktúry, ako napr. mobilný informačný pult, stojany na propagačné materiály, mobilné kufriky alebo plošiny na prevoz propagačných materiálov a iný drobný mobiliár. V prípade infopointov v exteriéri sa vyžaduje vytvorenie a zriadenie samotného infostánku, v prípade umiestnenia infopultu v objekte iného vlastníka môže vzniknúť aj náklad na nájomné.

Predpokladané náklady sezónnych a stálych TIC budú použité prevažne na: informačno-prezentačné služby, prenájmy priestorov, nákup informačno-prezentačných pultov a drobného mobiliáru, dress codu, ochranné pomôcky, služby koordinátorov parkovania turistických autobusov a koordinátorov v hlavných historických objektoch, sprievodcovské služby, zabezpečenie prehliadok, vstupeniek do atrakcií mesta a taktiež drobné rekonštrukčné práce, repasácia vybavenia, zariadení a aj údržba a zabezpečenia funkcionalít Haptickej mapy a 3ks 3D kociek.

V priestoroch Dómu sv. Martina bude potrebné vytvoriť podmienky na zriadenie infopointu pre turistov a náklady budú spojené s audiovizuálnym vybavením, mobiliárom a zariadením, ktoré bude využívané počas pobytu turistov na lepšiu prezentáciu.

Zámer infopointu pre Twin City Gate je posilniť existujúce TIC a doplniť záchytné body návštevníkov, ktoré plnia funkciu prvého kontaktu s prichádzajúcimi turistami.

Aktivity budú spolufinancované z členských zdrojov BTB.

Finančné náklady budú na zabezpečenie podporných služieb koordinátorov cez proces VO na zabezpečenie asistenčných služieb. Dobrovoľnícky projekt nebude financovaný z dotácie MDV SR. Služby budú závisieť od situácie v súvislosti s COVID19.

Účel a prínos plánovanej podaktivity:

Prostredníctvom infopointov možno získať cenné informácie spojené s prieskumom trhu. Práve po týchto dátach je u profesionálov v CR veľký dopyt.

Rozvoj a podpora cestovného ruchu v destináciách po pandémii s ohľadom na meniacu sa bezpečnostnú situáciu

Účelom a prínosom efektívneho fungovania stálych a sezónnych TIC, prezentátorov destinácie v meste, koordinátorov parkovania a taktiež unikátnou inštaláciou tohto typu hovoriacej mapy a 3D kociek na Slovensku je najmä:

- nárast tržieb poskytovateľov služieb v cestovnom ruchu, ktorí spolupracujú s TIC (ubytovacie a reštauračné zariadenia, športové a relaxačné zariadenia, kultúrne inštitúcie, sprievodcovia a pod.),
- nárast predaja Bratislava CARD – City&Region,
- nárast počtu návštevníkov Bratislavy,
- zvýšenie počtu vracajúcich sa návštevníkov destinácie,
- získanie autentického zážitku z pobytu v destinácii,
- zvýšenie spokojnosti návštevníkov a zanechanie pozitívneho dojmu,
- dostupnosť informácií pre všetkých,
- zvýšenie kvality infraštruktúry CR,
- ochrana zdravia a pocit bezpečia v destinácii
- zvýšenie spokojnosti návštevníkov,
- dostupnosť informácií pre všetkých,
- sprístupnenie služieb hendikepovaným návštevníkom,
- zvýšenie kvality infraštruktúry CR,
- vzdelávanie domácich aj zahraničných návštevníkov TIC,
- zanechanie pozitívneho dojmu z destinácie,
- zvýšenie kvality personálu TIC, múzeí, galérií, atrakcií a hotelov.

Cieľové skupiny (komu je podaktivita určená):

Typ: *viacdňový návštevník (3 a viac prenocovaní)*

Motív návštevy: *pobytový/dovolenka*

Vek: *od 15 do 90 rokov*

Status: *všetci*

Znevýhodnené skupiny (ZŤP): *Áno*

Garant

Tomáš Koniar

Rozpočet podaktivity

Činnosť	Rozpočet	Požadovaná dotácia	Typ výdavkov	Vlastné zdroje
Činnosť a prevádzka TIC, informačná dostupnosť a debarierizácia TIC	271 000,00 €	50 000,00 €	bežné	221 000,00 €
Spolu	271 000,00 €	50 000,00 €		

4) Tvorba a podpora udržateľných produktov cestovného ruchu

Podaktivita: Iné

Popis: Najvýznamnejšie podujatia mesta ako udržateľné produkty mesta – organizačná a PR podpora aktivít v oblasti kultúry a umenia

Najvýznamnejšie podujatia mesta ako udržateľné produkty mesta

Termín realizácie:

priebežne počas roka 2022

Miesto realizácie / lokalita:

Bratislava a región, verejné priestory

Zámer:

Organizačná podpora významných aktivít/podujatí/festivalov v oblasti kultúry, umenia, športu a iných formou spoluorganizácie a spolupráce s Hl. m. BA, mestskými organizáciami, inštitúciami a nezávislými organizátormi, spoločnosťami, ktoré sú svojím charakterom a činnosťou zamerané na Rozvoj a podpora cestovného ruchu v destinácií po pandémii s ohľadom na meniacu sa bezpečnostnú situáciu

podporu kultúrno-spoločenského diania mesta a regiónu.

Cieľom aktivity je podpora podujatí na verejných priestranstvách mesta s doplnením o vhodné programy v interiéroch kultúrnych inštitúcií. Pri výbere sa zameriame na predchádzajúce úspešné spolupráce, kontinuitu eventov, ich význam i mimobratislavský dosah aj smerom do regiónov a zahraničia, podporu sieťovania organizátorov, inštitúcií a potenciál na predĺženie pobytu návštevníkov.

- Kultúrna BA a podpora významných podujatí mesta – cyklus podujatí rôznych žánrov na leto, jeseň a zimu s vysokou kvalitou a medzinárodným presahom v spolupráci s inštitúciami mesta (BKIS, GMB, MMBA, MUOP, ZOO, STARZ, ML, SND a pod.) a nezávislými organizátormi, mimovládny organizáciami a tvorcami silných tradičných aj nových podujatí a festivalov. Napr. Kultúrne leto a hradné slávnosti, Biela Noc, Letné Shakespearovské slávnosti, ČSOB Bratislava Marathon, L'ETAPE SLOVAKIA BY TOUR DE FRANCE, Bratislavské jazzové dni, Advent a Vianoce v Bratislave, Svätomartinské dni, UPRISING FESTIVAL, ČSOB Maratón, Festival BAB - festival Bienále animácií Bratislava, Noc otvorených hotelov (spolupráca s hotelmi, vytvorenie a propagácia produktu s možnosťou marketingového prepojenia s Nocou múzeí a galérií) a i. Podujatia s historickou tematikou so zámerom podporiť pamiatky medzinárodného významu v spojení so sprievodcovskými aktivitami napr.: Rytieri na hrade Devín, Limes Days/Rímske hry a iné po dohode s partnermi.

- Kvalitné a udržateľné produkty, eventy a programy nadviazanie na kampaň Turistom vo vlastnom meste a rozptýlenie ponuky i mimo centra mesta, rozšírenie portfólia produktov o nové lokality, žánre a cieľové skupiny s ohľadom na kvalitu a udržateľnosť.

Časový a vecný harmonogram:

Realizácia plánovaných podujatí môže byť znemožnená mimoriadnymi, nepredvídateľnými a neodvrátiteľnými udalosťami spôsobujúcimi škodu, nepriaznivou bezpečnostnou situáciou (vis maior/vyššia moc) napr. v oblasti verejného zdravia, ako aj neovplyvniteľným štátnym nariadením, prírodnou, vojnovou či inou závažnou udalosťou, resp. obmedzeniami súvisiacimi s COVID19.

V prípade pokračovania nepriaznivých podmienok sa podujatia, programy presunú na neskorší termín alebo ich budeme realizovať alternatívnou koncepciou – online streamovaním, záznamom, príp. sa dané podujatie presunieme na iné aktivity podobného charakteru.

Termíny podujatí máj – december 2022, v závislosti od charakteru podujatia a aktuálnej situácie.

Podujatia zabezpečíme z roly hlavného organizátora alebo spoluorganizátora v spolupráci s inými subjektmi najmä zabezpečením umelcov a umeleckých zoskupení, spolupodieľaním sa na dramaturgickom a technickom zabezpečení (stage, zvuk, svetlo, inštalácie a i.), pridaním sprievodného programu, kostýmov, PR propagáciou, prepojením podujatia s turistickými produktami, napr. BC karta a prezentáciou destinácie aj v cudzích jazykoch, konzultácie pre ochranu návštevnosti, hygieny a iné odborné služby a honoráre umelcov.

V prípade online verzie podujatí, technické zabezpečenie prenosu do virtuálneho priestoru, odborné poradenstvo, služby a honoráre.

Finálny rozpočet na jednotlivé aktivity, bude závisieť od formy a rozsahu spoluorganizovania, cenových ponúk dodávateľov a VO.

Podpora významných produktov a podujatí v meste v spolupráci s organizátormi: cca 65 000 eur

Produkty a podujatia v spolupráci s mestskými organizáciami (BKIS, GMB, MMBA, MUOP, ZOO, STARZ, ML, SND a i.): cca 35 000 eur

Rozpis financií podľa jednotlivých podujatí nie je objektívne možný kvôli situácii spojenej so šírením COVID-19 a neistotou organizátorov pri vôbec zachovaní konaní podujatí či prípadne stanovení pevných termínov a ich obsahu a rozsahu.

Účel a prínos plánovanej podaktivity:

Cieľom je naštartovanie kultúrneho života v meste a podpora „živého“ umenia, zážitok z priameho kontaktu, prispôbením sa platným opatreniam na zhromažďovania a zabezpečenie potreby dodržiavania pretrvávajúcich, nových a meniacich sa pandemických opatrení, zvýšenia bezpečnosti návštevníkov na podujatiach, dodržiavanie pravidiel/ochrany zdravia.

Pri výbere spoluorganizovaných podujatí dôraz bude na splnenie kritérií napr.:

- Implementácia zdravotnej bezpečnosti a adaptácia na zmenené správanie sa návštevníkov
- kontinuita a udržateľnosť podujatia ako produktu CR
- schopnosť osloviť publikum aj mimo mesta
- medzinár. rozmer a prispôbenie komunikácie podujatí zahr. návštevníkom
- sieťovanie organizátorov, prepojenosť podujatí na turistické produkty
- rozvoj CR aj mimo centra mesta, spolupráca s MČ

Rozvoj a podpora cestovného ruchu v destináciách po pandémii s ohľadom na meniacu sa bezpečnostnú situáciu

- implementácia prvkov, kt. podporujú ekologický rozmer v súlade s konceptom hl. mesta Zero Waste
 - dostupnosť podujatia aj pre hendikepovaných ľudí
 - splnenie kritérií v sekcii o podmienkach spolupráce s organizátormi podujatí: <http://btb.visitbratislava.com/spolupraca-organizatormi-podujati/>
- Spoluúčasť BTB na organizovaní a propagácii podujatí prispieva k:
- rastu kvalitatívnej a programovej úrovne podujatí
 - nárastu počtu návštevníkov v destinácii, generovaniu ubytovania, predĺženiu pobytu, zmierneniu sezónnosti návštevy
 - obohateniu ponuky, zvyšovaniu motivácie návštevy a k vytvoreniu sprievodnej spotreby v destinácii
 - podpore udržateľnosti CR vďaka dôrazu na spokojnosť domácich obyv., ktorá má veľký vplyv na kvalitu, imidž a rozvoj destinácie,
 - zvýšeniu záujmu o návštevu kultúrnych podujatí a inštitúcií v BA
 - rozptýleniu návštevníkov z centra mesta do MČ, prispievajúc tým k udržateľnému CR.

Cieľové skupiny (komu je podaktivita určená):

Typ: *víkendový návštevník (do 2 prenocovaní)*

Motív návštevy: *kultúrno /poznávací*

Vek: *od 15 do 90 rokov*

Status: *všetci*

Znevýhodnené skupiny (ZŤP): *Nie*

Garant

Tomáš Koniar

Rozpočet podaktivity

Činnosť	Rozpočet	Požadovaná dotácia	Typ výdavkov	Vlastné zdroje
Najvýznamnejšie podujatia mesta ako udržateľné produkty mesta	100 000,00 €	99 000,00 €	bežné	1 000,00 €
Spolu	100 000,00 €	99 000,00 €		

Podaktivita: Iné

Popis: Tradičná a udržateľná Bratislava - Rozvoj potenciálu Dunaja a nábrevia pre cestovný ruch - organizácia a PR podpora aktivít v oblasti tradícií mesta a regiónu

Rozvoj potenciálu Dunaja a nábrevia pre cestovný ruchTermín realizácie:

jún - december 2022

Miesto realizácie / lokalita:

Bratislava - rieka Dunaj / nábrevie so zapojením MČ od Devína po Čunovo

Zámer:

Rieka Dunaj a rozvoj jeho potenciálu a tiež okolitého nábrevia pre cestovný ruch sú hlavné atribúty pre podporu produktov využívajúcich rieku spojených s celým tokom po vzore iných miest Európy. Rieka Dunaj má v súčasnosti výrazne nevyužitý a poddimenzovaný potenciál pre CR v BA a celkovú nadväznosť produktov CR. Zámerom aktivity je realizácia viacdňového hlavného eventu so satelitnými projektmi počas ďalšieho dlhšieho obdobia, ktoré sa budú konať priebežne počas roka v bratislavskej časti Dunaja, nielen na nábreví v centre, ale potenciálne aj v ďalších lokalitách pozdĺž rieky od Devína až po Čunovo.

Zámerom je predstaviť nové projekty možného využitia rieky na základe best practice z iných miest Európy a tiež na základe zrealizovanej prípadovej štúdie z roku 2021/2022 a zadaní pre externých spoluorganizátorov a partnerov, ktoré využívajú resp. majú záujem využívať prostredie zóny nábrevia a rieky Dunaja pre ucelené produkty CR. Zároveň ich odprezentovanie a spojenie do jedného propagačno prezentačného projektu zloženého z viacerých častí na Dunaji a nábreví. Aktivita má silný synergický efekt, spojí doteraz nespôlupracujúce subjekty, služby, produkty a projekty pri rieke Dunaj, ako atrakcie, stravovacie prevádzky, verejné priestranstvá a podujatia popri a aj priamo na rieke (vodné športy, atrakcie a pod.).

Aktivitou chceme oživiť a zatriktívniť promenádu nábrevia v centre mesta ale aj v MČ BA pozdĺž Dunaja a ponúknuť návštevníkom príjemný program a predstavenia s prepojením na posedenie v gastro prevádzkach, ktoré veríme budú mať v tom čase otvorené terasy.

Plánované nové podujatie sa bude konať za predpokladu dodržania hygienických pravidiel. Návšteva centra mesta a MČ kde sa bude konať podujatie, môže byť spojená s prehliadkou atrakcií s prepojením na prehliadky mesta, príp. vytvorením nových tematických dunajských trás s programom.

Časový a vecný harmonogram:

Harmonogram aktivity:

- aktivity a „live“ podujatia na Dunaji,
- rozvinutie - výstavné moduly pri Dunaji, výstava zmien na Dunaji
- naviazanie na závery aktivít v realizované 2020/2021
- workshop II. a odpočet vybraných ukazovateľov za rok od 2021 (ako napr. rozsah služieb atrakcií na nábrevia v dotyku s riekou, rozvoj osobnej/rekreačnej dopravy na Dunaji, rozsah atrakcií na Dunaji). Pracovný workshop II, vyhlásenie parametrov na medziročné porovnanie rozvoja CR a vyžitie ich potenciálu pre CR

Realizácia plánovaných podujatí môže byť znemožnená mimoriadnymi, nepredvídateľnými a neodvratiteľnými udalosťami spôsobujúcimi škodu, nepriaznivou bezpečnostnou situáciou (vis maior/vyššia moc) napr. v oblasti verejného zdravia, ako aj neovplyviteľným štátnym nariadením, prírodnou, vojnovou či inou závažnou udalosťou, resp. obmedzeniami súvisiacimi s COVID19.

V prípade zrušenia alebo obmedzenia podujatia z takýchto dôvodov zdroje určené na dané podujatie presunieme na iné aktivity podobného charakteru pre podporu Dunaja a nábrevia ako nevyužitého potenciálu pre rozvoj CR v BA.

Finálny rozpočet na aktivitu bude závisieť od formy a rozsahu spoluorganizovania, cenových ponúk dodávateľov a verejného obstarávania.

Predpokladané náklady:

- technické náklady (prenájom stage, technické stavby, zvuk, svetlo, video, veľkoplošná obrazovka a pod.) a technické riešenia výstavného systému pre opakované výstavy;
- prenájmy priestorov a zariadení (technických, dopravných a iných);
- realizácia programu, umelecké honoráre, odborné diskusie, služby a pod.

Rozvoj a podpora cestovného ruchu v destináciách po pandémie s ohľadom na meniacu sa bezpečnostnú situáciu

- náklady na workshop;
- tematické prehliadky - vytvorenie novej trasy, ktorá by bola v ponuke, príp. vytvorenie audiosprievodcu o histórii, architektúre, faune a flóre, atď. na Dunaji;
- vytvorenie videa na propagáciu podujatia v nasledujúcich rokoch a synchronizácia a prepojenie Bratislavy ako mesta na rieke Dunaj.

Účel a prínos plánovanej podaktivity:

Cieľom aktivity Rozvoj potenciálu Dunaja a nábrežia je sieťovanie aktérov, subjektov, mestských častí, inštitúcií, atrakcií a podujatí do jedného tematického produktu, nadviazanie na existujúce produkty cestovného ruchu a na ponuku členov BTB, nárast významu tejto európskej rieky pre turizmus, možnosť napojenia produktu na medzinárodnú sieť, najmä prihraničné oblasti Rakúska a Maďarska aj prostredníctvom rozvoja lodnej dopravy, atrakcií na vode a cykloturizmu po medzinárodnej Dunajskej cykloceste Eurovelo 6.

Ďalším prínosom je kvalitatívny rast turistickej ponuky a podujatí, napojenie na plány revitalizácie nábrežia a vytvorenie relaxačnej a zábavnej zóny pre obyvateľov a návštevníkov a taktiež zlepšenie imidžu destinácie, nárast záujmu návštevníkov a ich rozptýlenie do vzdialenejších lokalít pozdĺž celej dĺžky Dunaja s vytypovanými atrakciami. Rozvinuté a kvalitné benefity pre cestovný ruch sú plnohodnotné benefity aj pre obyvateľov mesta.

Zároveň chceme obnoviť kultúrny, spoločenský život v meste po pandémii COVID 19.

Cieľové skupiny (komu je podaktivita určená):

Typ: *víkendový návštevník (do 2 prenocovaní)*

Motív návštevy: *kultúrno /poznávací*

Vek: *od 15 do 90 rokov*

Status: *všetci*

Znevýhodnené skupiny (ZŤP): *Áno*

Garant

Tomáš Koniar

Rozpočet podaktivity

Činnosť	Rozpočet	Požadovaná dotácia	Typ výdavkov	Vlastné zdroje
Rozvoj potenciálu Dunaja a nábrežia pre cestovný ruch	38 000,00 €	37 000,00 €	bežné	1 000,00 €
Spolu	38 000,00 €	37 000,00 €		

Podaktivita: Iné

Popis: Historická a korunovačná Bratislava – organizácia a PR podpora aktivít v oblasti histórie mesta a regiónu

Historická a korunovačná Bratislava

Termín realizácie:

apríl - december 2022

Miesto realizácie / lokalita:

Bratislava a priľahlý región

Zámer:

Tematická línia „Historická a korunovačná Bratislava“ zahŕňa v roku 2022:

- Podujatia s korunovačnou tematikou – tradičné Bratislavské korunovačné dni, súčasne sú pripravované viaceré menšie podujatia a aktivity s korunovačnou témou na podporu domáceho CR. BTB plánuje v rámci tejto aktivity usporiadať aj tematické prehliadky v SK, EN, DE, HU a i.
- Projekty – spolupráce korunovačných miest Európy, medzinárodný rytiersky turnaj, korunovačný sprievod, výstava korunovácie a korunovačné katedrály EÚ;
- Workshop k potenciálu a prínosom korunovačnej témy pre rozvoj CR v mestách EÚ, korunovačný koncert, spolupráca EÚ a V4.
- Podujatie „Rímska loď“ – výletná loď z Rakúska, bude kotviť v Bratislave – podpora sprievodného programu
- Doplnenie hardware a software audioguidov vo vybraných objektoch v Bratislave s cieľom zabezpečiť návštevníkom individuálny výklad formou vypožičania slúchadiel, tzv. audiosprievodcov, v jazykových mutáciách podľa potrieb a návštevnosti turistov.
- Iné.

Časový a vecný harmonogram:

Podujatia realizované v priebehu roka. Vzhľadom na momentálny vývoj pandemickej situácie a obmedzenia s tým spojené je možné, že termíny podujatí sa budú presúvať na obdobia, kedy bude ich organizácia povolená. V prípade nepriaznivej pandemickej situácie je možné, že sa podujatia presunú do online priestoru.

Vecný harmonogram:

Finálny rozpočet na jednotlivé podujatia v rámci „Historickej a korunovačnej Bratislavy“ bude závisieť od formy a rozsahu spoluorganizácie, cenových ponúk dodávateľov a verejného obstarávania. V projekte na rok 2022 je z dotačných zdrojov plánované dofinancovanie aktivít, ktoré budú hradené prevažne z vlastných zdrojov na čerpanie aktivity.

Rozpis financií podľa jednotlivých podujatí nie je objektívne možný kvôli situácii spojenej so šírením COVID-19 a neistotou organizátorov pri vôbec zachovaní konaní podujatí či prípadne stanovení pevných termínov a ich obsahu a rozsahu.

Miesta realizácie: Tyršovo nábrežie, centrum Starého mesta, Dóm sv. Martina, námestia mesta - open space, korunovačná cesta panovníkov, Dunaj.

Realizácia plánovaných podujatí môže byť znemožnená mimoriadnymi, nepredvídateľnými a neodvratiteľnými udalosťami spôsobujúcimi škodu, nepriaznivou bezpečnostnou situáciou (vis maior/vyššia moc) napr. v oblasti verejného zdravia, ako aj neovplyviteľným štátnym nariadením, prírodnou, vojnovou či inou závažnou udalosťou, resp. obmedzeniami súvisiacimi s COVID19.

V prípade zrušenia alebo obmedzenia podujatia z takýchto dôvodov zdroje určené na dané podujatie presunieme na iné podujatie podobného charakteru.

Účel a prínos plánovanej podaktivity:

Pri spoluorganizovaní podujatí vychádzame z princípov Marketingovej a komunikačnej stratégie BTB na roky 2018-2022, s prihliadnutím na strategické dokumenty a vízie mestských kultúrnych inštitúcií, na aktuálne témy a najmä na zmiernenie následkov krízy COVID19 na kultúrny život v Bratislave. Pri výbere spoluorganizovaných podujatí dôraz bude na splnenie kritérií ako napr.:

- primerane vysoká návštevnosť podujatia vzhľadom na jeho charakter,
- udržateľnosť podujatia ako produktu CR,
- medzinárodný rozmer (schopnosť prilákať zahraničných návštevníkov),
- prispôbenie podujatia zahraničným návštevníkom (informácie o podujatí aspoň v jednom cudzom jazyku),

Rozvoj a podpora cestovného ruchu v destináciách po pandémie s ohľadom na meniacu sa bezpečnostnú situáciu

www.slovakia.travel

- rozvoj CR za hranicami centra mesta, spolupráca s mestskými časťami na produktoch cestovného ruchu,
 - implementácia prvkov, ktoré podporujú ekologický rozmer v súlade s konceptom hl. mesta Zero Waste,
 - dostupnosť podujatia aj pre znevýhodnené skupiny a hendikepovaných ľudí.
 - splnenie kritérií v sekcii o podmienkach spolupráce s organizátormi podujatí: <http://btb.visitbratislava.com/spolupraca-organizatormi-podujati/>
- Tiež budeme vychádzať z parametrov podujatí ako produktov CR, ktoré stanoví dokument Socio-ekonomická analýza vplyvu CR na destináciu Bratislava.
- Spoluúčasť BTB na organizovaní a propagácii podujatí prispieva k:
- rastu kvalitatívnej a programovej úrovne podujatí,
 - nárastu počtu návštevníkov v destinácii,
 - zvýšeniu záujmu o návštevu kultúrnych podujatí a inštitúcií v Bratislave, a to aj mimo hlavnej (letnej) turistickej sezóny,
 - predĺženiu pobytu návštevníkov vďaka viacdňovému komplexnému kultúrno-spoločenskému programu,
 - zvýšeniu spolupatričnosti lokálnych obyvateľov k mestu vďaka dôrazu na domácich obyvateľov pri určitých podujatiach a aktivitách,
 - prispôsobeniu sa európskym štandardom (napr. v prípade audioguidov).

Cieľové skupiny (komu je podaktivita určená):

Typ: *víkendový návštevník (do 2 prenocovaní)*

Motív návštevy: *kultúrno /poznávací*

Vek: *od 15 do 90 rokov*

Status: *všetci*

Znevýhodnené skupiny (ZŤP): *Nie*

Garant

Tomáš Koniar

Rozpočet podaktivity

Činnosť	Rozpočet	Požadovaná dotácia	Typ výdavkov	Vlastné zdroje
Historická a korunovačná Bratislava	167 967,40 €	60 000,00 €	bežné	107 967,40 €
Spolu	167 967,40 €	60 000,00 €		

Podaktivita: Destináčné - regionálne a lokálne produkty CR**Popis:** Tvorba a podpora vlastných, kontinuálne podporovaných produktov BTB**Bratislava CARD City & Region (BC)**Termín realizácie:

priebežne počas roka 2022

Miesto realizácie / lokalita:

Bratislava a priľahlý región

Zámer:

Bratislava CARD City & Region (BC) je plastová karta s vlastným ID a čiarovým kódom, svoju expiráciu má uvedenú na základe vopred zadaných časových hodinových intervalov (24/48/72 hodín). K hlavným benefitom karty patria neobmedzené využívanie verejnej dopravy na území hl. mesta a BSK, bezplatný vstup do vybraných múzeí a galérií a bezplatná prehliadka mesta. Nárok na zľavu je možné overiť na jednotlivých akceptačných miestach online - cez hyperlink umiestnený na ploche počítača alebo pomocou čítacieho zariadenia, ktoré pracuje v režime online alebo offline v závislosti od technického vybavenia akceptačného miesta.

Technickú podporu systému má na starosti pracovník technickej podpory, ktorý zabezpečuje zber dát, celkovú sumarizáciu online a offline dát, technickú podporu softvéru na predajných a akceptačných miestach 7 dní v týždni, vypracováva metodické pokyny pre užívateľov softvéru, zabezpečuje dotlač menlivých údajov (počet hodín platnosti, cena dopravy) na zadnú stranu plastovej karty prostredníctvom termotlačiarne.

V rámci aktivity bude produkt BC karty rozšírený o digitálnu kartu fungujúcu na systémoch Android a iOS a návštevník mesta bude mať možnosť vybrať si nielen medzi plastovou a digitálnou kartou, ale aj medzi kartou s dopravou a kartou bez dopravy. Plastová a aj digitálna karta budú systémovo prepojené, ich bezproblémový chod, správa a prevádzka 24 hodín denne, ako aj aktualizácia niektorých funkcií realizovaných Google budú podporené zabezpečením licencií na vyššie uvedené služby.

Časový a vecný harmonogram:

V roku 2022 plánujeme konfigurovať a vytlačiť cca 2 000 - 3 000 ks dátových nosičov, ich počet však bude závisieť od predajnosti karty v roku 2022, závislej od vývoja pandémie a typu návštevníkov, ktorí Bratislavu a región navštívia.

Bežné výdavky spojené s Bratislava CARD zahŕňajú technickú podporu systému, tlač a konfiguráciu dátových nosičov - plastových kariet, podporu predaja a evidenciu predaja a akceptácií kariet, distribúciu kariet, prípadne nákup čítacích zariadení pre akceptačné miesta, ktoré nimi ešte neboli vybavené a v neposlednom rade nálepky označujúce akceptáciu BC v prostriedkoch verejnej dopravy a u iných poskytovateľov zliav, ako aj nákup inej drobnej podpornej infraštruktúry v záujme upgradu, mediálnej podpory a inej propagácie produktu ako napr. merch a i. Spracovanie offline údajov musí prebehnúť na príslušnej technickej úrovni zabezpečujúcej ich kvalitný vstup do systému pre tvorbu mesačných, štvrťročných a polročných reportov (tabuľky, grafy) s cieľom zabezpečiť potrebné štatistické dáta.

Produkt Bratislava CARD - City and Region môže byť ovplyvnený krízou COVID 19 (napr.: pozastavením až výpadkom predaja kariet, obmedzenými možnosťami partnerov, ktorí spolupracujú na tomto produkte, nízkym počtom návštevníkov destinácie a iné).

Nakoľko ponuka a predaj Bratislava CARD - City and Region je najucelenejší, resp. pred krízou COVID 19 bol najucelenejší nosný produkt CR v destinácii, je našim cieľom tento predaj znova naštartovať.

Účel a prínos plánovanej podaktivity:

V spolupráci s Hlavným mestom, KOCR BRT, IDS BK sa nám podarilo vytvoriť tento silný regionálny produkt, ktorý podporuje predĺžovanie pobytu návštevníkov v destinácii a návštevu rôznych atraktivít v meste a regióne. Zároveň je skvelým dôkazom rozsiahlej marketingovej komunikácie BTB a úspešného sieťovania subjektov v cestovnom ruchu Bratislavy a regiónu.

Správa dát je vedená na serveroch dodávateľa, pričom systém je flexibilný, umožňuje nahrávanie nových služieb a ich editáciu. Systém poskytuje neobmedzené množstvo vystavených nakonfigurovaných kariet a akceptácií. Akceptované karty sa zaznamenávajú v štatistických výstupoch a grafoch (mesačných, štvrťročných, polročných a ročných) s možnosťou filtrovania.

Rozvoj a podpora cestovného ruchu v destinácii po pandémii s ohľadom na meniacu sa bezpečnostnú situáciu

Tieto štatistické výstupy nám pomáhajú pri nastavovaní produktu pre ďalšiu sezónu a informujú nás, na ktoré krajiny sa máme zamerať v marketingových kampaniach BTB.

V roku 2020 bolo v projekte zapojených 69 partnerov pôsobiacich na území hlavného mesta a regiónu. Karta zabezpečuje jej držiteľom využívanie viac ako 120 zliav, z toho 19 s výškou 100%. Využívanie BC návštevníkmi mesta a regiónu malo z roka na rok stúpajúci trend, avšak rok 2020 a 2021 priniesol pokles v jej využiteľnosti oproti roku 2019 zavinený pandemickou situáciou v súvislosti s COVID-19. O kartu prejavuje najväčší záujem veková skupina ľudí od 25 do 40 rokov, nasledovaná skupinou od 41 do 55 rokov. Kartu si najviac kupujú návštevníci z nasledovných krajín – Nemecko, Rakúsko, Veľká Británia, Írsko, Švajčiarsko, USA a Česká republika.

Cieľové skupiny (komu je podaktivita určená):

Typ: *viacdňový návštevník (3 a viac prenocovaní)*

Motív návštevy: *pobytový/dovolenka*

Vek: *od 15 do 90 rokov*

Status: *všetci*

Znevýhodnené skupiny (ZŤP): *Áno*

Garant

Tomáš Koniar

Rozpočet podaktivity

Činnosť	Rozpočet	Požadovaná dotácia	Typ výdavkov	Vlastné zdroje
Bratislava CARD City & Region (BC)	18 000,00 €	17 000,00 €	bežné	1 000,00 €
Spolu	18 000,00 €	17 000,00 €		

5) Podpora atraktivít danej lokality

Podaktivita: Mice/kongresové aktivity

Popis: Bratislava MICE Days – séria vzdelávacích a networkingových workshopov, prezentácií a prednášok odborníkov v meetings industry pre členov, partnerov a stakeholderov BTB

Bratislava MICE Days

Termín realizácie:

priebežne počas roka 2022

Miesto realizácie / lokalita:

Bratislava

Zámer:

Bratislava MICE Days je názov série podujatí organizovaných BTB od roku 2016. Táto platforma slúži na vzdelávanie, networking, výmenu názorov a know-how členov, partnerov a stakeholderov BTB. Pôvodný konkrétny formát bol realizovaný ako poldenné alebo celodenné školenia na rôzne témy. V roku 2022, ak to bude pandemická situácia umožňovať, máme záujem zorganizovať prioritne klasicky MICE DAYS naživo, prípadnou alternatívou je online resp. hybridná forma podujatia (napr. cez nástroje Zoom, MS Teams, Webex a pod.).

Tematické smerovanie MICE DAYS v roku 2022:

- komunikácia potreby a argumentov pre výstavbu nového Národného a Kultúrneho Kongresového Centra v Bratislave;
- budovanie brandu v cestovnom ruchu;
- výhody a prínos kongresového centra a kongresov pre Bratislavu;
- dôležitosť kongresov, eventov a ich dopad na destináciu;
- kľúčové prvky, ktoré asociácia hľadá v cieľových destináciách a ako hodnotia výberový proces v budúcnosti (po COVID);
- vzdelávanie a príprava subjektov na prechod na online platformy;
- nový trend v MICE segmente CR – sustainable green tourism

Rozvoj a podpora cestovného ruchu v destináciách po pandémie s ohľadom na meniacu sa bezpečnostnú situáciu

- dopad COVID-19 na odvetvie MICE a celkového CR
- ev. destinačný B2B workshop MICE.

Časový a vecný harmonogram:

MICE Day v roku 2022 bude realizovaný naživo príp. online /hybridnou formou, ak to pandemická situácia umožní, v prípade nepriaznivej situácie budeme musieť pristúpiť k online/virtuálnej verzii. Termíny aj finálny počet, rozpočet a financie z dotácie použité na MICE Days budú závisieť od zvolených tém workshopov, spíkrov, riešení a nákladov na organizačné zabezpečenie (licencie za využitie online platforiem, spíkri a ich honoráre, grafické a video produkčné práce a pod.).

Účel a prínos plánovanej podaktivity:

Účelom a prínosom Bratislava MICE Days je predovšetkým networking a rozvoj marketingových, obchodných a praktických vedomostí a zručností členov, partnerov a stakeholderov BTB. Aktivita je skrz vzdelávania relevantných subjektov prospešná nielen pre destináciu Bratislava, ale aj pre samotnú organizáciu BTB/BCB, ktorá sa vďaka pravidelnému a kvalitnému organizovaniu týchto podujatí má šancu vyprofilovať sa ako trend-setter a nositeľ odbornosti a kompetentnosti v oblasti meeting industry.

Prínos aktivity je hlavne:

- Zvýšenie povedomia o Bratislave ako cieľovom mieste pre kongresový cestovný ruch
- Spopularizovanie Bratislavy na medzinárodnom trhu „meeting industry“
- Spropagovanie Bratislavy ako kongresovej destinácie
- Prezentácia hotelových kapacít a priestorov (venues) na organizovanie kongresových podujatí v bratislavskom regióne
- Zlepšenie rozpoznateľnosti Bratislavy na trhu kongresového cestovného ruchu.

Cieľové skupiny (komu je podaktivita určená):

Typ: *jednodňový návštevník (bez prenocovania)*

Motív návštevy: *kongresový*

Vek: *od 26 do 49 rokov*

Status: *slobodný*

Znevýhodnené skupiny (ZŤP): *Nie*

Garant

Tomáš Koniar

Rozpočet podaktivity

Činnosť	Rozpočet	Požadovaná dotácia	Typ výdavkov	Vlastné zdroje
Bratislava MICE Days	9 000,00 €	8 000,00 €	bežné	1 000,00 €
Spolu	9 000,00 €	8 000,00 €		

6) Infraštruktúra cestovného ruchu

Podaktivita: Inovatívne SMART/IT technologické riešenia

Popis: Údržba dotykových totemov ako prvkov inovatívnej SMART infraštruktúry v cestovnom ruchu

Dotykové totémy - údržba

Termín realizácie:

priebežne počas roka 2022

Miesto realizácie / lokalita:

Bratislava

Zámer:

Zámerom aktivity je zabezpečenie prenájmu priestorov a nákladov na servis, údržbu, aktualizáciu obsahu a iných služieb na interiérové dotykové totémy (6 ks), ktoré sú umiestnené na vstupných bodoch do destinácie, v centre mesta a na strategických miestach výskytu turistov.

Súčasných 6 totemov je umiestnených na Letisku M. R. Štefánika (2 ks), Hlavnej železničnej stanici Rozvoj a podpora cestovného ruchu v destinácií po pandémii s ohľadom na meniacu sa bezpečnostnú situáciu

Bratislava (1 ks), SNM Bratislavský hrad (1 ks), Železničná stanica Bratislava - Petržalka (1 ks), prístav LOD (1 ks). Obsah menu totemov je prispôsobený ich umiestneniu, t. j. konkrétnej lokalite. Informuje o okolí s ohľadom na infraštruktúru, občiansku vybavenosť, dopravné spojenia, MHD, obchody, taxi služby, lekárne, úschovne batožiny, zdravotné strediská a pod. Samozrejmosťou sú informácie o atraktivitách Bratislavy, podujatiach a v súčasnej situácii plánujeme rozšírenie obsahu aj o základné opatrenia v súvislosti s COVID 19 a iné relevantné informácie. Ich využiteľnosť je priamo závislá na bezpečnostnej situácii súvisiacej so šírením COVID-19.

Časový a vecný harmonogram:

Dotácia žiadaná na plán činnosti pre rok 2022 sa vzťahuje na bežné výdavky, na údržbu, správu a aktualizáciu existujúcich totemov (programátorské a grafické úpravy a pod.). Do nákladov je zahrnuté aj nájomné za priestory umiestnenia totemov v priestoroch Letiska M. R. Štefánika. Prevádzkové náklady sa viažu na 6 existujúcich totemov (4 inštalované v roku 2018 a 2 inštalované v roku 2020). Výška nájomného bude predmetom negociácií s dotknutými subjektmi na ktorých pozemkoch ev. v ich budovách sú totemy osadené.

Účel a prínos plánovanej podaktivity:

Dotykové totemy slúžia na vyhľadávanie praktických a užitočných informácií o destinácii, vďaka čomu uľahčujú a spríjemňujú pobyt návštevníkom. Zároveň propagujú aj produkt cestovného ruchu - zľavovú kartu Bratislava Card - City & Region, čím podporujú predaj tohto produktu.

Obsah totemov je usporiadaný ich umiestneniu, t. j. obsah menu je prispôsobený lokalite, informuje o okolí s ohľadom na infraštruktúru a občiansku vybavenosť, dopravné spojenia, obchody, taxi služby a pod. Totemy ponúkajú prelinkovanie na web stránky partnerov, informujú, kde sú umiestnené ďalšie totemy, zároveň monitorujú atraktivity a podujatia konajúce sa v meste a aktuálne informácie, ktoré sa dopĺňajú online na web, ktoré sú dôležité pre turistov navštevujúcich naše mesto.

Štatistiky využitia a reakcie návštevníkov potvrdzujú opodstatnenosť a užitočnosť dotykových totemov.

Cieľové skupiny (komu je podaktivita určená):

Typ: *víkendový návštevník (do 2 prenocovaní)*

Motív návštevy: *pobytový/dovolenka*

Vek: *od 15 do 90 rokov*

Status: *všetci*

Znevýhodnené skupiny (ZŤP): *Áno*

Garant

Tomáš Koniar

Rozpočet podaktivity

Činnosť	Rozpočet	Požadovaná dotácia	Typ výdavkov	Vlastné zdroje
Dotykové totemy - údržba	7 000,00 €	6 000,00 €	bežné	1 000,00 €
Spolu	7 000,00 €	6 000,00 €		

Popis: Verejná WIFI sieť

Bezplatná (free) WIFI sieť - budovanie a prevádzka

Termín realizácie:

priebežne počas roka 2022

Miesto realizácie / lokalita:

Bratislava

Zámer:

Zámerom je údržba a prevádzka 21 uzlov wifi siete. V roku 2021 bol spustený proces rozšírenia uzlov wifi v MČ Devín s cieľom pokrytia areálu hradu Devín wifi signálom. Uzol je realizovaný z kapitálových výdavkov 2021. Access point nie je ešte dokončený (k 15.3.2022) ale v priebehu roka 2022 očakávame jeho dokončenie.

Partnermi projektu sú Magistrát HI. mesta SR Bratislavy ako hlavný prevádzkovateľ, BTB ako destinačný partner, O2 Business Services Slovakia ako dodávateľ.

Aktivita a finančná participácia na fungovaní wifi zabezpečuje pre BTB nasledovné:

- stály prístup, administrácia a úprava obsahu prístupového portálu MAXIFI
- správa a vizuál obsahu všetkých stránok prístupového portálu MAXIFI,
- prístup a vyhodnocovanie štatistických údajov portálu a ich využitie v súlade s platnou legislatívou týkajúcou sa ochrany osobných údajov,
- správa, dopĺňanie, modifikácia dotazníka pri prihlasovaní,
- sledovanie spotrebiteľského správania a preferovaných aktivít,
- využitie funkcionalít prístupového portálu MAXIFI, ktorými disponuje HI. mesto v zmysle zmluvy WIFI s možnosťou úpravy obsahu podľa lokality, kde sa dotýčný užívateľ pripája,
- prezentácia produktov CR, členov BTB, lokálnych prevádzok ponúkajúcich služby v oblasti CR prostredníctvom prístupového portálu MAXIFI a všetkých jeho stránok,
- vizualizácia podľa obdobia a aktuálnej potreby pre „landing page“ po prihlásení prostredníctvom prístupového portálu MAXIFI,
- marketing verejnej Wifi siete (VisitBratislava)
- zber emailových adries používateľov v rámci GDPR na marketing a remarketing produktovej a zážitkovej ponuky destinácie. Od februára 2021 je registrácia k wifi sieti VisitBratislava na základe potvrdenia emailom. Týmto spôsobom budú zbierané emailové adresy a používané v prospech rozbehnutia CR.

Časový a vecný harmonogram:

Prevádzka, správa a údržba verejnej WIFI siete sa realizuje priebežne počas roka. Približné mesačné náklady na prevádzku verejnej wifi siete v meste Bratislava sú 7 000 eur. Z tejto sumy BTB participuje mesačne sumou 2 500 eur na prevádzke 21 uzlov. Zvyšných 6 000 eur bude použitých na prípadné zvýšenie prevádzkových nákladov v rámci doplnených uzlov ev. na dofinancovanie prevádzky nových uzlov v areáli hradu Devín (zapojenie, spustenie ich prevádzky a bežné výdavky na ich údržbu a prevádzku). Súčasťou nákladov môžu byť aj iné mobilné wifi uzly počas sezónnych podujatí v meste.

Účel a prínos plánovanej podaktivity:

Verejná WIFI sieť je v mestách dnes už takpovediac samozrejmosťou. Čím väčšie územie máme pokryté, čím viac uzlov prevádzkujeme, tým viac prispievame k informovanosti verejnosti, profesionalite a dobrému imidžu Bratislavy. Verejná WIFI sieť sa počas uplynulých rokov stala jedným z najdôležitejších komunikačných kanálov BTB z hľadiska navigácie turistov k produktom a atraktivitám Bratislavy. Prínosná je však nielen pre zahraničných a domácich turistov, ale aj pre miestne obyvateľstvo, jednoducho pre všetkých.

Propagované produkty a atraktivity sa tak stávajú udržateľnými aj počas roka mimo hlavnej sezóny a aj mimo centra mesta.

Vďaka WIFI sieti VisitBratislava máme navyše možnosť zbierať dáta, a to vyplnením dobrovoľného dotazníka zo strany užívateľov. Získavame tak štatistiky o veku, krajine pôvodu, hodnotení služieb, dĺžky pobytu a spôsobe dopravy/príchodu návštevníkov do destinácie. Od februára 2021 zbiera BTB aj emailové adresy, ktoré následne využíva na re-marketingové aktivity.

Prostredníctvom dobrovoľného dotazníka získavame a spracovávame dáta od užívateľov (v súlade Rozvoj a podpora cestovného ruchu v destináciách po pandémii s ohľadom na meniacu sa bezpečnostnú situáciu

Cieľové skupiny (komu je podaktivita určená):

Typ: *viacdňový návštevník (3 a viac prenocovaní)*

Motív návštevy: *pobytový/dovolenka*

Vek: *od 15 do 90 rokov*

Status: *všetci*

Znevýhodnené skupiny (ZŤP): *Áno*

Garant

Tomáš Koniar

Rozpočet podaktivity

Činnosť	Rozpočet	Požadovaná dotácia	Typ výdavkov	Vlastné zdroje
Bezplatná (free) WIFI sieť - budovanie a prevádzka	36 000,00 €	35 000,00 €	bežné	1 000,00 €
Spolu	36 000,00 €	35 000,00 €		

Podaktivita: Iné

Popis: Informačná infraštruktúra – zásobovacie služby v destinácii

Zásobovanie

Termín realizácie:

priebežne počas roka 2022

Miesto realizácie / lokalita:

SR, Bratislava

Zámer:

BTB prostredníctvom poskytovateľa zásobovacích a kuriérskych služieb doručuje propagačné materiály (brožúry, letáky) a merkantil na vyše 60 miest v destinácii, vrátane regiónu a prihraničných oblastí (napr. Schlosshof) a iných turistických destinácii v rámci SR. Zásobovanie a kuriérske služby zahŕňajú:

- pravidelné zásobovanie odbytísk – stojany BTB, hotely a ubytovacie zariadenia 1 - 3x mesačne, hlavné odbytiská TIC Klobučnická a Primaciálny palác sú zásobované 8x mesačne;
- ad hoc zásobovanie podľa potreby a aktuálnych podujatí/aktivít/projektov;
- iné ad hoc zásobovacie, logistické a kuriérske služby súvisiace s doručovaním, ktoré vyplývajú z činnosti BTB priebežne počas roka;
- služby súvisiace so zásobovaním, najmä vybalenie a vyloženie propagačných materiálov do stojanov, správa skladu a denná evidencia, preberanie propagačných materiálov od dodávateľov, upratovanie skladu, drobná údržba stojanov a pod.
- počas roka BTB plánuje aj zásobovanie partnerských TIC po Slovensku ako aj škôl a školských inštitúcií.

Služba je zabezpečovaná na báze zmluvne dohodnutých podmienok s dodávateľom. Zásobovanie bude závisieť od aktuálnej situácie v súvislosti s COVID 19 a služby budú využívané, ak to bude možné a prevádzky budú otvorené v zmysle opatrení.

Časový a vecný harmonogram:

Realizácia prebieha priebežne počas roka.

Rozpis miest distribúcie napr.:

- TIC/ sezónne TIC v Bratislave, v regióne a širšom okolí, s možnosťou zásobovania aj partnerských TIC v rámci Slovenska;
- hotely a iné ubytovacie zariadenia;
- miesta podujatí, veľtrhov, výstav a prezentácií doma i v zahraničí;
- školy a vzdelávacie inštitúcie;
- členovia, partneri, stakeholderi BTB;
- ad hoc miesta potrebné zásobovať (materiálmi, predmetmi a inými potrebami) vyplývajúce z činnosti BTB počas roka.

Vzhľadom na prebiehajúce opatrenia v súvislosti s pandémiou COVID-19 bude táto činnosť počas roka 2021 prispôbovaná danej situácii.

Účel a prínos plánovanej podaktivity:

Účelom a prínosom aktivity je zabezpečiť pripravenosť infocentier a našich partnerov (hotely, hostely, ubytovacie zariadenia, zariadenia ponúkajúce služby v CR, galérie, múzeá atď.) na poskytovanie relevantných informácií návštevníkom a zabezpečiť prostredníctvom vytypovaných zásobovaných miest prístup k informáciám pre všetky cieľové skupiny. Tiež zabezpečiť dostatok informačných materiálov v partnerských TIC po Slovensku a v školách a vzdelávacích inštitúciách. Nakoľko sú tlačené info materiály produkované až v 14 jazykoch, pokrývajú väčšinu jazykov zahraničných turistov v Bratislave. Súčasťou zabezpečenia kuriérskych služieb a distribúcie propagačných materiálov do prevádzok cestovného ruchu v Bratislave a okolí, je aj správa skladu propagačných materiálov.

Cieľové skupiny (komu je podaktivita určená):

Typ: *víkendový návštevník (do 2 prenocovaní)*

Motív návštevy: *pobytový/dovolenka*

Vek: *od 15 do 90 rokov*

Status: *všetci*

Znevýhodnené skupiny (ZŤP): *Nie*

Rozvoj a podpora cestovného ruchu v destinácií po pandémii s ohľadom na meniacu sa bezpečnostnú situáciu

Garant

Tomáš Koniar

Rozpočet podaktivity

Činnosť	Rozpočet	Požadovaná dotácia	Typ výdavkov	Vlastné zdroje
Zásobovanie	7 000,00 €	6 000,00 €	bežné	1 000,00 €
Spolu	7 000,00 €	6 000,00 €		

Podaktivita: Obnova turistickej infraštruktúry

Popis: Obnova, doplnenie, budovanie a revitalizácia materiálo-technického vybavenia atrakcií v spolupráci s mestskými časťami a mestskými inštitúciami

Obnova, doplnenie a budovanie turistickej infraštruktúry - KVTermín realizácie:

priebežne počas roka 2022/ 2023

Miesto realizácie / lokalita:

Bratislava

Zámer:

Touto aktivitou sa BTB bude snažiť zvýšiť štandard služieb a komfort s napojením na existujúce projekty. V roku 2022 plánujeme v spolupráci s mestskými inštitúciami zatriktívniť verejný priestor umiestnením dizajnového osvetlenia a/alebo umeleckých svetelných inštalácií v rámci mesta. Zámerom projektu je zatriktívnenie priestoru a spríjemnenie pobytu návštevníkov aj obyvateľov Bratislavy. Lokality inštalácie budú na najnavštevovanejších miestach v centre mesta napr.: Hviezdoslavovo nám. Primaciálne nám., Reduta, Sad Janka Kráľa a pod. Projekt bude v synergii s prostredím v centre mesta a s drobnou infraštruktúrou.

Súčasťou aktivít bude aj spolupráca s MČ na osvetlení vybraných turistických atrakcií, historických objektov v centre mesta – Primaciálneho nám, Hlavného nám. a pod. Docielenie zvýraznenia reprezentatívnosti a historickosti objektu pomocou svetelného efektu a vhodne navrhnutých bodových svetiel. Technické riešenie projektu bude realizované ako montáž a inštalácia reflektorových LED svietidiel so svetelným tokom, modelovaním a smerovaním svetla, farbou a teplotou svetla na základe svetelnotechnického návrhu. Svietidlá definované s funkčnosťou a režimom samostatného spínania tzv. „režim slávnostného osvetlenia“.

Prechádzka nočným mestom býva vyhľadávaným zážitkom v každom väčšom meste. Práve v noci dostávajú historické budovy, pamiatky, moderná architektúra i dizajnové prvky osvetlenia osobitné čaro, ktoré zvýrazňuje majestátnosť mesta a verejného priestoru.

Časový a vecný harmonogram:

Finálna suma výdavkov bude závisieť od špecifikácie predmetu zákazky, technickej náročnosti realizácie, materiálneho vybavenia, úpravy terénu a od pripravenosti kompetentných inštitúcií. Predpokladané náklady na nasvietenie vybraných atrakcií mesta a dizajnové svetelné prvky/ umelecké osvetlenie budú zahŕňať inštalácie samostatných, architektonicky a technicky vhodných reflektorových LED svietidiel so svetelným tokom a režimom samostatného spínania – slávnostného osvetlenia a umelecké – dizajnové inštalácie osvetlenia.

Predpokladané položky nákladov napr. projektová dokumentácia, svetelnotechnický návrh, zemné, geodetické, montážne a revízne práce, materiál, stĺpy, samotné spínače, smerovanie reflektorov/modelovanie, dizajnové návrhy, samotné umelecké inštalácie a pod.

Účel a prínos plánovanej podaktivity:

Účelom a prínosom aktivity je:

- nadviazanie na zrealizované aktivity 2021
- zatriktívnenie verejného priestoru v destináciách, zvýšenie návštevnosti a zlepšenie kvality zážitkov a komfortu trávenia voľného času, napojenie na existujúce produkty CR;
- podpora kvalitnejšej a náročnejšej cieľovej skupiny návštevníkov;
- podpora rozptýlenia návštevnosti do MČ, rozšírenie turistickej ponuky a predĺženie pobytu návštevníkov mesta;
- zlepšenie doplnkovej infraštruktúry;
- spolupráca aktérov v destinácii, mestských inštitúcií, MČ a iných prevádzkovateľov;
- zvyšovanie potenciálu destinácie a kvality produktu.

Cieľom aktivity je spríjemnenie pobytu návštevníkov aj obyvateľov destinácie počas pobytu a návštevy destinácie v priestoroch, kde sa návštevníci, turisti i domáci obyvatelia navyše zdržujú.

Realizáciou projektu prispejeme k rozvoju lokality a regiónu a zvýšeniu atraktivitu pre potreby cestovného ruchu. Vybudovaním infraštruktúry dosiahneme lepší dojem na obyvateľov a turistov, zvýšime cestovný ruch a podporíme regionálny rozvoj.

Cieľové skupiny (komu je podaktivita určená):

Typ: *viacdňový návštevník (3 a viac prenocovaní)*

Rozvoj a podpora cestovného ruchu v destináciách po pandémii s ohľadom na meniacu sa bezpečnostnú situáciu

Garant

Tomáš Koniar

Informačná debariérizácia na nábreží Dunaja - KV

Termín realizácie:

priebežne počas roka 2022/ 2023

Miesto realizácie / lokalita:

Bratislava

Zámer:

BTB má každoročnú snahu aktívne sa zapájať do procesov projektovania, budovania a podpory navigačnej infraštruktúry v destinácií v Hl. meste Bratislava. K plánovaným aktivitám patrí lepšie označenie, navigácia a informačná debariérizácia na strategických miestach, kam prichádza mnoho turistov. BTB má ambíciu v spolupráci s LOD obstaráť a nainštalovať nové SMART digitálne tabule, ktoré pomôžu k lepšej navigácii a informovanosti o premávke osobnej lodnej dopravy na Dunaji. Zámerom informačnej debariérizácie na nábreží Dunaja je zabezpečenie SMART digitálnych informačných tabúl, ktoré budú obsahovať informácie napr.: číslo nástupišťa, meno lode (príp. pravidelné linky), čas odchodu/príchodu, určenie smeru a približnej vzdialenosti k nástupištiu. Doplnenie digitálnych informačných tabúl bude posilnená informačná infraštruktúra v centre hl. mesta s frekventovaným pohybom návštevníkov. Zámerom projektu je odstránenie informačných bariér na nábreží Dunaja a spríjemnenie cestovania návštevníkom Bratislavy. Projekt bude v synergii s informačnou infraštruktúrou hl. mesta a bude súčasťou skvalitnenia priestoru nábrežia.

Časový a vecný harmonogram:

Digitálne informačné tabule budú umiestnené na dobre viditeľnom mieste v oblasti nábrežia Dunaja, napr.: mieste končiacich sa peších prehládok mesta (príp. predaja lodných lístkov a pod.). Tabule budú obsahovať digitálne riadky pre nástupištia a digitálne stĺpce (počet bude závisieť od údajov). Súčasťou digitálnych tabúl bude softvér pre admina aj prevádzkovateľov jednotlivých pontónov, aby mohli vkladať aktuálne údaje a informácie bude možné získať aj online. Finálna suma výdavkov bude závisieť od špecifikácie predmetu zákazky, technickej náročnosti realizácie, obstarania digitálnych tabúl a od pripravenosti kompetentných inštitúcií. Predpokladané položky nákladov napr. projektová dokumentácia, realizačný projekt, digitálne informačné tabule, montážne práce, pomocný materiál a iné.

Účel a prínos plánovanej podaktivity:

Zlepšením dostupnosti informácií na nábreží Dunaja budú mať cestujúci väčší prehľad o medzinárodných pravidelných linkách z/do Viedne a o pripravovanej linke z/do Budapešti, o vnútroštátnych linkách na Devín, o prichádzajúcich/odchádzajúcich kabínových lodiach do Bratislavy a pod.

Účel a prínos aktivity spočíva tak v skvalitnení služieb poskytovaných návštevníkom, ako aj v zabezpečovaní cenných dát pre BTB na ďalšie manažérske rozhodnutia a lepší servis pre turistov.

Prínos:

- Kvantitatívny a kvalitatívny rozmach informačno - navigačného systému pre domácich a zahraničných návštevníkov
- Efektívne sprostredkovanie žiadaných informácií návštevníkom
- Zvýšenie kvalitatívnej úrovne infraštruktúry CR
- Sprístupnenie menej známych atraktivít CR návštevníkom
- Zlepšenie dostupnosti vybraných atraktivít
- Zlepšenie informovanosti návštevníkov
- Zvýšenie atraktívnosti destinácie.

Cieľové skupiny (komu je podaktivita určená):

Typ: *víkendový návštevník (do 2 prenocovaní)*

Motív návštevy: *pobytový/dovolenka*

Vek: *od 15 do 90 rokov*

Rozvoj a podpora cestovného ruchu v destinácií po pandémii s ohľadom na meniacu sa bezpečnostnú situáciu

Garant

Tomáš Koniar

Obnova, doplnenie a budovanie turistickej infraštruktúry - BV

Termín realizácie:

priebežne počas roka 2022

Miesto realizácie / lokalita:

Bratislava

Zámer:

V spolupráci s mestskými inštitúciami a mestskými časťami plánujeme zatraktívniť verejný priestor s využitím v prospech turizmu, nadviazať na existujúce projekty, doplniť potrebné prvky a tiež vybudovať alebo obnoviť infraštruktúru v meste aj mimo centra mesta.

V roku 2022 chceme pokračovať v aktivitách z roku 2021 a to najmä doplnením, obnovením ale i repasáciou a údržbou turistickej infraštruktúry v destináciách. Prvkami infraštruktúry budú napr.: účelné navigačné prvky, smerovníky, informačné tabule a pod. Reagujeme tak na podnety partnerov z turistickej branže, predovšetkým hotelierov, v niektorých prípadoch aj na nespočetné sťažnosti návštevníkov mesta.

V niektorých prípadoch sa môže jednať len o doplnenie, inde aj o repasáciu už existujúcich značení a prvkov. Súčasťou bude aj doplnenie jazykových mutácií tabúľ v centre mesta a ich údržba.

Taktiež plánujeme pokračovať v budovaní novej drobnej turistickej infraštruktúry v destinácii, doplnením turistických a oddychových zón, prvkov drobnej infraštruktúry, ktoré spríjemnia pobyt návštevníkov počas rôznych sezón.

Súčasťou aktivity môže byť:

- mobiliár napr.: hmlové brány, prístrešky proti slnku, dažďu, lavičky, stoly, smerové/informačné tabule, lehátka, piknikové stoly, pitné fontány, smetné koše a pod.,
- informačné tabule/ smerovníky,
- prvky cykloinfraštruktúry a oddychového priestoru cyklociest a turistických atrakcií na frekventovaných miestach s napojením na turistickú infraštruktúru ev. cykloinfraštruktúru.

Časový a vecný harmonogram:

Obnovu, doplnenie, budovanie, repasáciu a údržbu drobnej infraštruktúry v destináciách plánujeme realizovať priebežne počas roka.

Finálna suma výdavkov bude závisieť od špecifikácie predmetu zákazky, technickej náročnosti realizácie, úpravy terénu, zemných prác, použitia stavebných materiálov, montáže, prepravných nákladov, aj od počtu prvkov a v neposlednom rade od pripravenosti kompetentných inštitúcií.

Realizácia bude závisieť aj od rokovania s majiteľmi pozemkov a samosprávou, ktorá má rozhodujúcu právomoc pri doplnení, značení, repasovaní, či údržbe turistickej infraštruktúry a pri iných aktivitách na podporu infraštruktúry.

Účel a prínos plánovanej podaktivity:

Účelom a prínosom aktivity je:

- nadviazanie na zrealizované aktivity 2021
- zatraktívnenie verejného priestoru v destináciách, zvýšenie návštevnosti a zlepšenie kvality zážitkov a komfortu trávenia voľného času, napojenie na existujúce produkty CR;
- spolupráca aktérov v destinácii, mestských inštitúcií, MČ a iných prevádzkovateľov;
- podpora rozptýlenia návštevnosti do mestských častí, rozšírenie turistickej ponuky a predĺženie pobytu návštevníkov mesta;
- zlepšenie doplnkovej infraštruktúry, skvalitnenie zážitku
- údržba a repasácia už vybudovanej turistickej infraštruktúry v destináciách
- podpora ekologickej cyklotopravy, cykloturistiky a aktívneho životného štýlu a pobytu v prírode a udržateľného cestovného ruchu;
- zvyšovanie potenciálu destinácie a kvality produktu.

Cieľom aktivity je spríjemnenie pobytu návštevníkov aj obyvateľov destinácie počas pobytu a návštevy destinácie v priestoroch, kde sa návštevníci, turisti i domáci obyvatelia navyiac zdržujú.

Cieľové skupiny (komu je podaktivita určená):

Rozvoj a podpora cestovného ruchu v destináciách po pandémii s ohľadom na meniacu sa bezpečnostnú situáciu

Garant

Tomáš Koniar

Rozpočet podaktivity

Činnosť	Rozpočet	Požadovaná dotácia	Typ výdavkov	Vlastné zdroje
Obnova, doplnenie a budovanie turistickej infraštruktúry - KV	61 000,00 €	60 000,00 €	kapitalové	1 000,00 €
Informačná debariérizácia na nábreží Dunaja - KV	15 000,00 €	14 000,00 €	kapitalové	1 000,00 €
Obnova, doplnenie a budovanie turistickej infraštruktúry - BV	12 000,00 €	11 000,00 €	bežné	1 000,00 €
Spolu	88 000,00 €	85 000,00 €		

7) Zabezpečenie strategických dokumentov

Podaktivita: Strategické štúdie zamerané na rozvoj udržateľného cestovného ruchu

Popis: Zabezpečenie strategických dokumentov zameraných na rozvoj udržateľného cestovného ruchu Bratislavy

Projekty, analýzy a štúdie zamerané na zlepšenie podmienok pre návštevníkov destinácie

Termín realizácie:

marec - december 2022

Miesto realizácie / lokalita:

Bratislava

Zámer:

V rámci tejto podaktivity plánujeme realizovať štúdiu, analýzu, koncept na tému v oblasti vnímania hl. mesta ako destinácie pre domácich návštevníkov. Zároveň sa aj naďalej budeme orientovať na prieskumy vnímania a spokojnosti návštevníkov destinácie. Strategické/analytické dokumenty budú slúžiť ako východiskové podklady pre konkrétnu realizáciu aktivity a na zlepšenie podmienok pre návštevníkov destinácie v nastávajúcich rokoch.

Ambícia BTB v podobe vytvorenia analytického dokumentu - konceptu zameraného na identifikovanie bariér cestovného ruchu v Bratislave je dlhodobým problémom destinácie. Hl. mesto SR Bratislava však naďalej čelí častému negatívnemu imidžu domácich návštevníkov.

Koncept pre domáci cestovný ruch - DCR vychádza zo silných negatívnych bariér rozvoja DCR v hl. meste SR Bratislave, kde neustále pretrváva negatívny vzťah obyvateľov Slovenska k hl. mestu Bratislave. Je logické, že následne výber hl. mesta ako dovolenkovej destinácie nie je považovaný za „správnu voľbu“. Tento fakt vzťahu hl. mesta a krajiny je známy aj z početných miest sveta a Európy, ale môže mať rôzne korene. Zámerom konceptu je posúdiť a nastaviť zmenu vzťahu formou zisťovania dát a následne vytvoriť ich analýzu.

Opodstatnenosť podpory a rozvoja cestovného ruchu pre domáci cestovný ruch v hlavnom meste SR Bratislave je potrebné širšie zanalyzovať s dôrazom na zodpovedanie toho, čo cestovný ruch prináša miestnej ekonomike a miestnemu obyvateľstvu.

Prieskumy vnímania destinácie miestnymi obyvateľmi a domácimi turistami resp. zdrojovými trhmi, najmä susednými krajinami: vnímanie imidžu, spokojnosti/nespokojnosti s turizmom v destinácii.

Radi by sme prieskumy verejnej mienky týkajúce sa vnímania destinácie vykonávali na pravidelnej

Rozvoj a podpora cestovného ruchu v destinácií po pandémii s ohľadom na meniacu sa bezpečnostnú situáciu

báze, keďže len pravidelnými prieskumami možno zistiť reakciu respondentov na následné zmeny, či novinky.

Časový a vecný harmonogram:

Štúdia/koncept, analýza a prieskumy plánujeme realizovať v priebežne počas roka 2022.

Finálny rozpočet na štúdiu/koncept, analýzy, prieskumy v oblasti vnímania destinácie - Bratislavy budú závisieť od formy a rozsahu cenových ponúk dodávateľov a VO s ohľadom na optimalizáciu ceny a kvality. Náklady na zabezpečenie strategických dokumentov zahŕňajú prácu profesionálnej výskumnej spoločnosti.

Prieskumy verejnej mienky a prieskumy vnímania destinácie budú postupne vykonáme medzi miestnymi obyvateľmi a domácimi turistami, ktorí vzhľadom na pokles medzinárodného turizmu sú a budú v roku 2022 hlavnými cieľovými skupinami aktivít BTB.

Rozpis jednotlivých nákladov na štúdiu detailnejšie nie je objektívne možný nakoľko sa jedná o výdavky, ktoré musia prejsť procesmi samostatných VO. Financie budú v celom rozsahu použité účelne a v prípade ušetrenia financií, dôjde k ďalšiemu doplneniu prieskumov verejnej mienky cez online.

Účel a prínos plánovanej podaktivity:

Prínosom koncepcie je určiť konkrétne najčastejšie príčiny a dôvody - prečo mnohí obyvatelia Slovenska komunikujú negatívne Bratislavu a nemajú radi svoje hl. mesto. Od koncepcie očakávame konkrétne návrhy zmien komunikácie na domácich návštevníkov.

Účel a prínos koncepcie/štúdie a prieskumov je dôležitý hlavne z hľadiska:

- zlepšiť komfort turistov,
- prispôsobenia plánu komunikácie BTB v ďalšom období,
- prispôsobenia sa marketingovým aktivitám BTB v ďalšom období,
- inšpirácie pri tvorbe nových produktov a služieb CR,
- inšpirácie pri definovaní značky Bratislava,
- reflektovania fenoménu „localhood“ (t. j. schopnosti ponúknuť návštevníkovi lokálne zážitky a pocit, že skutočnou atrakciou destinácie je samotná miestna kultúra a komunita), ktorý sa stáva v Európe čoraz populárnejším a po pandémii ešte relevantnejším ako doteraz a ktorý je uskutočniteľný len vtedy, ak sú s destináciou spokojní a autenticky prepojení samotní miestni obyvatelia.

Cieľové skupiny (komu je podaktivita určená):

Typ: *viacdňový návštevník (3 a viac prenocovaní)*

Motív návštevy: *kultúrno /poznávací*

Vek: *od 15 do 90 rokov*

Status: *všetci*

Znevýhodnené skupiny (ZŤP): *Nie*

Garant

Tomáš Koniar

Rozpočet podaktivity

Činnosť	Rozpočet	Požadovaná dotácia	Typ výdavkov	Vlastné zdroje
Projekty, analýzy a štúdie zamerané na zlepšenie podmienok pre návštevníkov destinácie	12 000,00 €	11 000,00 €	bežné	1 000,00 €
Spolu	12 000,00 €	11 000,00 €		

8) Zavedenie a udržiavanie hodnotiaceho systému kvality služieb

Podaktivita: Zavedenie a udržiavanie hodnotiaceho systému kvality služieb

Popis: Efektívny systém hodnotenia kvality služieb a monitoring kvality služieb v destinácii

Hodnotenie kvality služieb v destinácii - Bratislava

Termín realizácie:

priebežne počas roka 2022

Miesto realizácie / lokalita:

Bratislava

Zámer:

Prevádzkovanie efektívneho systému hodnotenia kvality služieb cez poskytovanie verejnej free WIFI a 3D scanner v TIC

BTB poskytuje free WIFI signál v TIC na Klobočníckej ul., ktorý dopĺňa verejnú wifi sieť. Nadstavbou je systém splash screen, na získavanie informácií na účely hodnotenia kvality služieb a 3D scanner - analytický nástroj na snímanie prichádzajúcich/ odchádzajúcich návštevníkov, zaľudnenosti, distribúcie návštevnosti v čase, počtu vstupov a pod.

V už fungujúcom hodnotiacom systéme, plánujeme pokračovať aj v roku 2022 hlavne zvýšením sledovacích parametrov analýzy (3D scanneru).

Zber dát a sčítanie návštevníkov v mestskom lesoparku a na dopravných uzloch (letisko MRŠ Bratislava, osobný prístav, hlavná stanica, AS Mlynské Nivy a i.) príp. na iných miestach najväčšieho pohybu návštevníkov. Zámerom je pokračovanie aktivity z roku 2021, ktorej cieľom je monitorovať, zaznamenávať, vyhodnocovať, porovnávať a analyzovať počty návštevníkov z monitorovacích lokalít a miest pre potreby BTB. Údaje, ktoré získa BTB od sčítačiek, resp. sčítaním budú cennými a relevantnými údajmi na poukázanie potenciálu a významu štatistických údajov. Aktivita sa bude konať v súčinnosti s Mestskými lesmi Bratislava, s letiskom M. R. Štefánika a inými dopravcami.

Projekt hodnotenia kvality služieb v destinácii, bude nadväzovať na metodiku a vytvorený systém z roku 2021. Hodnotenie kvality služieb bude prebiehať v stanovených kategóriách (napr.: reštaurácia, fast food, múzeá, galérie, športové, zábavné zariadenia a iné) na základe určených kritérií v inštitúciách, ktoré participujú na službách CR v Bratislave. Hodnotenia kvality sa budú realizovať napr. formou mystery shoppingu príp. všeobecnou analýzou hodnotenia kvality poskytovaných služieb. V týchto prieskumoch kvality poskytovaných služieb sa chceme zamerať na kvalitatívne a kvantitatívne ukazovatele, primárneho a sekundárneho zberu a adekvátne zhodnotenia aktuálneho stavu.

Časový a vecný harmonogram:

Prevádzkovanie systému hodnotenia kvality služieb cez poskytovanie verejnej free WIFI a 3D scanner v TIC.

Vyhodnotenie analýz plánujeme koncom roka 2022.

Náklady na prevádzku systému splash screen zahŕňajú najmä prevádzku, údržbu systému, aktualizáciu údajov a obsahu v rôznych jazykoch, prípadné rozšírenie funkcií a pod.

Zber dát - sčítanie návštevníkov a kvality služieb v destinácií BTB plánuje zabezpečiť zisťovanie návštevnosti v miestach najväčšieho výskytu turistov, návštevníkov formou podporných služieb koordinátorov cez proces VO na zabezpečenie asistenčných služieb.

Na základe týchto štatistických údajov je potom zmysluplne vytvárať potrebnú turistickú infraštruktúru a kvalitné služby s cieľom uspokojovania potrieb návštevníkov Bratislavy ako moderného turistického mesta.

Súčasťou nákladov bude výročná údržba a servis už nainštalovaných cyklosčítačov v destinácií.

Projekt hodnotenia kvality služieb v destinácii. V priebehu turistickej sezóny plánujeme vykonať kontrolu hodnotenia kvality služieb v prevádzkach poskytujúcich služby CR. Počet zákazníkov pre „mystery shopping“ od dodávateľa závisí od zvolenej metodiky pre adekvátne porovnanie všetkých subjektov a relevantné výstupy prieskumu.

Súčasťou metodiky a nastaveného systému z roku 2021 je aj príp. realizácia konzultačno-vzdelávacích činností (workshopy, príklady dobrej praxe a pod.) na tému kvality služieb zo strany BTB vo vzťahu ku svojim členom.

Rozpis jednotlivých detailnejších nákladov na samotné projekty analýzy služieb a návštevnosti nie je objektívne možný nakoľko sa jedná o výdavky, ktoré musia prejsť procesmi viacerých VO. Financie budú v celom rozsahu použité účelne a v prípade ušetrenia a finančných možností dôjde k rozšíreniu obsahu prieskumov kvality služieb.

Účel a prínos plánovanej podaktivity:

Prevádzkovanie efektívneho systému hodnotenia kvality služieb cez poskytovanie verejnej free

Rozvoj a podpora cestovného ruchu v destinácií po pandémii s ohľadom na meniacu sa bezpečnostnú situáciu

WIFI a 3D scanner v TIC Informácie získané vďaka hodnotiacemu systému môže BTB ďalej spracovať prípadne poskytnúť ich svojim partnerom na účely:

- skvalitnenia služieb CR,
- rastu spokojnosti návštevníkov so službami v TIC a v destinácii,
- doplnenie systému verejnej wifi siete v meste,
- best practice pre prevádzky SNM, MMBA a GMBA a iné.

Zber dát, sčítanie návštevníkov a kvality služieb v destinácií:

Očakávané výsledky:

- rozvoj turizmu
- rozšírenie kvality služieb
- nárast záujmu verejnosti/turistov o destináciu
- sprístupnenie/zatraktívnenie destinácie pre návštevníkov

Projekt hodnotenia kvality služieb v destinácii a analýza poskytovaných služieb pri produktoch CR v destinácii.

Výstupy z prieskumu budú zahŕňať v jednotlivých kategóriách:

- porovnanie jednotlivých prevádzkovateľov
- rozpoznateľnosť jednotlivých prevádzkovateľov (porovnanie prevádzkovateľov a ich prezentácia)
- preveriť kvalitu poskytovaných služieb

Podstata projektu je zvýšenie kvality poskytovaných služieb v CR pre uvedené podniky, inštitúcie, ktoré pôsobia v CR v Bratislave. Kvalitné služby sú často determinantom rozhodnutia navštíviť Bratislavu.

Cieľové skupiny (komu je podaktivita určená):

Typ: *víkendový návštevník (do 2 prenocovaní)*

Motív návštevy: *pobytový/dovolenka*

Vek: *od 15 do 90 rokov*

Status: *všetci*

Znevýhodnené skupiny (ZŤP): *Áno*

Garant

Tomáš Koniar

Rozpočet podaktivity

Činnosť	Rozpočet	Požadovaná dotácia	Typ výdavkov	Vlastné zdroje
Hodnotenie kvality služieb v destinácii - Bratislava	30 000,00 €	19 000,00 €	bežné	11 000,00 €
Spolu	30 000,00 €	19 000,00 €		

9) Vzdelávacie aktivity zamerané na skvalitnenie a rozvoj destinácie

Podaktivita: Vzdelávanie

Popis: Vzdelávanie zamestnancov BTB, členov, partnerov a stakeholderov BTB; poskytovanie stáží a prezentácií študentom a vzdelávanie miestnych obyvateľov v rámci projektu „Turistom vo vlastnom meste“

Semináre, workshopy, konferencie, školenia a pracovné stretnutia pre zamestnancov BTB, členov, partnerov, stakeholderov a sprievodcov CR a vzdelávanie miestnych obyvateľov v rámci projektu „Turistom vo vlastnom meste“

Termín realizácie:

priebežne počas roka 2022

Miesto realizácie / lokalita:

Bratislava, Európa

Zámer:

Vzdelávacie podujatia pre zamestnancov BTB, členov BTB, stakeholderov BTB, sprievodcov CR a Rozvoj a podpora cestovného ruchu v destinácií po pandémie s ohľadom na meniacu sa bezpečnostnú situáciu

partnerov BTB aj pre žiakov a študentov ZŠ, SŠ a VŠ a rovnako širokú verejnosť.

- Pracovné workshopy, školenia, odborné semináre, konferencie a iné vzdelávanie.
- Účasť BTB na vzdelávacích a odbor. podujatiach, konf., seminároch a pod., kt. sú organizované nár. a medzinár. organizáciami (MDVSR, Slovakia Travel, AOCR, ZCR, AICES, KOOCR BRT, ECM, DCC, SITE, HORECA, TREND a i.).
- Podpora vzdel. podujatí, seminárov, workshopov pre členov BTB, partnerov BTB, deti a mládež (v spolupráci so školami, VŠ a inými vzdelávacími inštit.).
- Organizácia vzdel. podujatí pre sprievodcov CR: workshopy, semináre a praktické cvičné prehliadky v teréne na témy: hlasový prejav pri sprevádzaní, digitálna éra sprevádzania, debarierizácia pri sprevádzaní pohybovo-znevýhodnených návštevníkov, sprevádzanie po Primaciálnom paláci a školenia BA kostoly a i.
- Tvorba itinerárov pre žiakov ZŠ a SŠ v spolupráci so sprievodcami CR. Vytvorenie komplexnej ponuky pre školy v BA a na SR.

BTB a TIC v rámci projektu Turistom vo vlastnom meste plánuje špecializované bezplatné tematické vychádzky /prehliadky mesta určené obyvateľov BA.

Plánované podujatia:

- Pravidelné tematické vzdelávacie vychádzky do MČ, rozvoj a propagácia turistických zážitkových produktov partnerov a členov BTB, príp. prepojenie na komentované zážitkové plavby.
- Cykloprehliadky BA s komentovaným výkladom sprievodcu.
- Deti spoznávajú mesto: Aktivita počas víkendových dní s cieľom zvýšiť povedomie o BA a spoznávanie miest hravou a zážitkovou formou. Súčasťou témy prehliadky bude brožúrka, v kt. sú atraktivity a miesta spojené s vyplnením úloh, za kt. dostanú odmenu,
- Komentované prehliadky hist. objektov, prehliadky pre seniorov a zdravotne znevýhodnených,
- Prehliadky pre expatov,
- Prehliadky pre expatov z Ukrajiny,
- Prehliadky organ. pri príležitosti významných výročí a podujatí.

Časový a vecný harmonogram:

Aktivity budú prebiehať počas roka 2022 a budú sa konať prezenčnou aj virtuálnou formou.

Projekt TVVM napr.:

- Tematické vzdelávacie vychádzky/zážitkové plavby
- Cykloprehliadky
- Deti spoznávajú mesto
- Komentované prehliadky historických objektov
- Prehliadky pre expatov žijúcich na Slovensku (zabezpeč. sprievodcov)
- Iné:

Svetový deň sprievodcov

Bratislavské mestské dni

Medzinárodný deň detí

Bratislavské korunovačné dni

Noc múzeí a galérií

Limes Day

Sv. deň CR

Náklady spojené s podporou vzdelávacích podujatí, seminárov, workshopov pre členov BTB, partnerov BTB, deti a mládež (v spolupráci so školami, VŠ a inými vzdelávacími inštitúciami):

- Veľvyslanectvo mladých,
- Seminár Pátrač Tino,
- Virtuálne prehliadky pre VŠ – účastníkov programu Erasmus a pod.

Z dotácie 20 040 eur napr.:

- náklady zamestnancov na registračné/účastnícke poplatky na podujatiach, dopravu, ubytovanie, poistenie; finálna suma bude závisieť od výšky reg. poplatkov podujatí, cestovných, ubytovacích a sprievodných nákladov, ako aj od počtu účastníkov;
- poskytovanie stáží a prezentácií študentom (prenájom priestorov, prehliadky);
- školenia sprievodcov, členov BTB a kontaktných pracovníkov mestských organizácií (vrátane prenájmu priestorov a vstupného).

Z vlastných zdrojov vo výške 197 000 eur hradí BTB ročné členské poplatky v nár. a medzin. organizáciách (ECM, SITE, AOCR, ECC, AICES, ICCA, KOOCR BRT), kde sa BTB pravidelne zúčastňuje zasadnutí riadiacich orgánov a pracovných skupín, resp. BTB iniciuje a organizuje tieto stretnutia a spolufinancuje vzdelávacie aktivity.

Rozvoj a podpora cestovného ruchu v destináciách po pandémii s ohľadom na meniacu sa bezpečnostnú situáciu

Realizácia plánovaných aktivít môže byť znemožnená mimoriadnymi, nepredvídateľnými a neodvrátiteľnými udalosťami spôsobujúcimi škodu, nepriaznivou bezpečnostnou situáciou (vis maior/vyššia moc) napr. v oblasti verejného zdravia, ako aj neovplyvniteľným štátnym nariadením, prírodnou, vojnovou či inou závažnou udalosťou, resp. obmedzeniami súvisiacimi s COVID19.

Účel a prínos plánovanej podaktivity:

Účel a prínos je:

- zvýšenie odbornosti a kvalifikovanosti zamestnancov BTB, členov, partnerov, stakeholderov a sprievodcov
- zvýšenie kompetencií členov a partnerov BTB v oblasti CR
- prispieva k udržateľnosti produktov CR prostredníctvom uplatnenia poznatkov zo vzdelávacích aktivít
- zosilnenie postavenia BTB v medzinárodných štruktúrach CR
- získanie a využitie aktuálnych poznatkov v oblasti destinačného manažmentu
- kvalifikovaný a vzdelaný personál CR v destinácii
- rast kvality poskytovaných služieb CR v destinácii
- reflektovanie požiadavky postupnej debarierizácie
- CR zvýšenie spolupatričnosti obyvateľov s dňami v meste
- práca s deťmi a školami, vytváranie ich vzťahu k mestu
- lepšia znalosť dejín Bratislavy a Slovenska Bratislavčanov a návštevníkov z ostatných častí Slovenska
- propagácia zážitkových produktov členov a partnerov BTB i ostatných subjektov v CR
- prispievanie k udržateľnosti produktov a atraktivít CR aj prostredníctvom domáceho obyvateľstva
- zvýšenie povedomia o dôležitosti CR medzi miestnym obyvateľstvom a v národnej ekonomike
- zvýšenie povedomia o význame TIC pre mesto.

Prínosom členstva v národných a medzinárodných organizáciách je zdieľanie know-how, príkladov dobrej praxe, získavanie nových kontaktov a potenciálnych spoluprác, presadzovanie spoločných záujmov, možnosť účasti na množstve seminárov, konferencií a workshopov, webinárov a i.

Spomedzi medzinárodných organizácií si vysoko ceníme najmä účasť na podujatiach ECM, ktoré reagujú na aktuálne výzvy a úlohy v destinačnom manažmente, marketingu v oblastiach leisure a MICE.

Miestne obyvateľstvo je súčasťou diania a jeho spokojnosť s destináciou je silným faktorom rastu a udržateľnosti CR. Snažíme sa vzdelávať miestnych obyvateľov príjemnými a zážitkovými vychádzkami.

Cieľové skupiny (komu je podaktivita určená):

Typ: *víkendový návštevník (do 2 prenocovaní)*

Motív návštevy: *kultúrno /poznávací*

Vek: *od 15 do 90 rokov*

Status: *všetci*

Znevýhodnené skupiny (ZŤP): *Áno*

Garant

Tomáš Koniar

Rozpočet podaktivity

Činnosť	Rozpočet	Požadovaná dotácia	Typ výdavkov	Vlastné zdroje
Semináre, workshopy, konferencie, školenia a pracovné stretnutia pre zamestnancov BTB, členov, partnerov, stakeholderov a sprievodcov CR a vzdelávanie miestnych obyvateľov v rámci projektu „Turistom vo vlastnom meste“	217 040,00 €	20 040,00 €	bežné	197 000,00 €
Spolu	217 040,00 €	20 040,00 €		

Celkový rozpočet projektu

Aktivita	Rozpočet (€)			Žiadané (€)			Vlastné zdroje (€)
	Spolu	z toho bežné	z toho kapitálové	Spolu	z toho bežné	z toho kapitálové	
Marketing a propagácia	691 000,00 €	691 000,00 €	0,00 €	675 000,00 €	675 000,00 €	0,00 €	16 000,00 €
Činnosť TIC /Turistického informačného centra	271 000,00 €	271 000,00 €	0,00 €	50 000,00 €	50 000,00 €	0,00 €	221 000,00 €
Tvorba a podpora udržateľných produktov cestovného ruchu	323 967,40 €	323 967,40 €	0,00 €	213 000,00 €	213 000,00 €	0,00 €	110 967,40 €
Podpora atraktivít danej lokality	9 000,00 €	9 000,00 €	0,00 €	8 000,00 €	8 000,00 €	0,00 €	1 000,00 €
Infraštruktúra cestovného ruchu	138 000,00 €	62 000,00 €	76 000,00 €	132 000,00 €	58 000,00 €	74 000,00 €	6 000,00 €
Zabezpečenie strategických dokumentov	12 000,00 €	12 000,00 €	0,00 €	11 000,00 €	11 000,00 €	0,00 €	1 000,00 €
Zavedenie a udržiavanie hodnotiaceho systému kvality služieb	30 000,00 €	30 000,00 €	0,00 €	19 000,00 €	19 000,00 €	0,00 €	11 000,00 €
Vzdelávacie aktivity zamerané na skvalitnenie a rozvoj destinácie	217 040,00 €	217 040,00 €	0,00 €	20 040,00 €	20 040,00 €	0,00 €	197 000,00 €
Spolu	1 692 007,40 €	1 616 007,40 €	76 000,00 €	1 128 040,00 €	1 054 040,00 €	74 000,00 €	563 967,40 €

Schválené valným zhromaždením:

rozpočet na rok dňa:

Vyhlasujem, že údaje uvedené v žiadosti a v projekte sú pravdivé, presné a úplné.

V..... dňa.....

Odtlačok pečiatky žiadateľa	Podpis štatutárneho orgánu žiadateľa

Predbežný plán ZPC 2022 Bratislava Tourist Board

ECM International Conference & General Assembly, Hamburg	Nemecko	30.03.-2.4.2022	valné zhromaždenie, vzdelávanie	V. Grežo, T. Koniar
M&I Europe Spring, Sevilla	Portugalsko	8.5-11.5.2022	B2B Forum	MICE
Break the Ice, Tirol (podľa internej dohody a kapacít)	Austria	12.5.-14.5.2022	B2B Forum	MICE
IMEX Frankfurt	Nemecko	31.5.-2.6.2022	veľtrh /MICE/, vzdelávanie	MICE
Donaukanaltreiben	Rakúsko	máj/jún 2022	destinačná prezentácia BA	Marketing
European City Breaks Press Event	Holandsko	19.5.2022	prezentácie novinárom, blogerom	PR
City Cards Expert Meeting, Janov	Taliansko	2.-3.6.2022	vzdelávanie, workshopy	TIC/Marketing
Events Club Forum	Česká republika	20.6.-21.6.2022	B2B Forum + Travel Show	MICE
Tlačová konferencia pred letnou sezónou, Viedeň	Rakúsko	jún 2022	prezentácia novinárom, touroperátorom	PR
Tlačová konferencia pred letnou sezónou, Praha	Česká republika	jún 2022	prezentácia novinárom, touroperátorom	PR
Break the Ice EU Buyers (podľa internej dohody a kapacít)	Switzerland	23.6-25.6.2022	B2B Forum	MICE
Tlačová konferencia pred letnou sezónou, Budapešť	Maďarsko	jún 2022	prezentácia novinárom, touroperátorom	PR
Tlačová konferencia pred letnou sezónou, Záhreb	Chorvátsko	júl 2022	prezentácia novinárom, touroperátorom	PR
Tlačová konferencia pred letnou sezónou, Varšava	Poľsko	júl 2022	prezentácia novinárom, touroperátorom	PR
Kráľovské dni, Székesfehérvár	Maďarsko	august 2022	destinačná prezentácia BA	Marketing
Pozsonyi Piknik, Budapešť	Maďarsko	september 2022	destinačná prezentácia BA	Marketing
Break the Ice Forum, Benelux (podľa internej dohody a kapacít)	Belgicko	18.8.-20.8.2022	B2B Forum	MICE
Conventa Ljubljana	Slovinsko	24.8.-25.8.2022	MICE, veľtrh	MICE
M&I Europe Autumn, Porto (Zdieľanie s BTB členom Marriott)	Portugalsko	31.8.-3.9.2022	B2B Forum	MICE
The Meeting Space Autumn (Zdieľanie Enjoy Slovakia)	Rakúsko	22.9.-24.9.2022	B2B Forum	MICE
Slovenské/Bratislavské dni vo Viedni (podľa situácie a rozpočtu)	Rakúsko	upresní sa	destinačná prezentácia BA	Marketing
Slovenské dni v Prahe (podľa situácie a rozpočtu)	Česká republika	sept. / okt. 2022	destinačná prezentácia BA	Marketing
Break the Ice Forum (podľa internej dohody a kapacít)	Germany	29.9.-1.10.2022	B2B Forum	MICE
ECM Autumn Conference, Tel Aviv	Izrael	19.-22.10.2022	konferencia ECM	TBD
Street koncert Viedeň (podľa situácie a rozpočtu)	Rakúsko	október 2022	destinačná prezentácia BA	Marketing
WTM Londýn	Veľká Británia	07.-09.11.2022	veľtrh, vzdelávanie	Marketing
Czech travel market	Česká republika	november 2022	destinačná prezentácia BA	Marketing
Break the Ice Forum, Madrid (podľa internej dohody a kapacít)	Španielsko	17.11.-19.11.2022	B2B Forum	MICE
TIC Expert Meeting, Goteborg	Švédsko	24.-25.11.2022	vzdelávanie, workshopy	TIC
IBTM Barcelona	Španielsko	29.11.-1.12.2022	veľtrh /MICE/	MICE
ECM Annual Meeting of Chief Executives of Capital & Major Cities	upresní sa	december 2022	vzdelávanie/konferencia	T. Koniar

Break the Ice Forum (podľa internej dohody a kapacít)	Francuzsko	December - TBD	B2B Forum	MICE
---	------------	----------------	-----------	------

Pravidlá rokovania P-BTB /schválená doplnená verzia/

Účasť na P- BTB.

1. **Za účasť člena predstavenstva BTB na rokovaní**, pre potreby finančnej odmeny, sa považuje - ak sa člen zúčastní všetkých riadnych bodov (za ktoré sa nepovažujú otvorenie, záver a informačné body ako info z komôr a rôzne).
2. **Za ospravedlnenú neúčasť** sa považuje písomné oznámenie neúčasti PP-BTB, v dostatočnom predstihu, najneskôr 24 hod. pred konaním P- BTB.

Materiály k rokovaniu a rozhodovaniu, požiadavky na informácie k materiálom

3. **Požiadavky na informácie** k témam rokovania P-BTB a predloženým materiálom vyžadujúce dáta, prípadne podrobnejšie informácie, zasielajú členovia P-BTB najneskôr 48 hod. pred rokovaním P-BTB na predkladateľa materiálu (v kópii na sekretariát BTB na office manažéra).
4. **Rozhodovanie P-BTB a uznesenia:**
 - 4.1. k rokovaniam a prijatiu uznesenia je potrebné predkladateľom spracovať písomný materiál s návrhom uznesenia (ak sú v materiáloch varianty, tak aj s variantnými návrhmi uznesení)
 - 4.2. vo výnimočných, odôvodnených prípadoch je možné rokovať a prijať uznesenie bez predloženého písomného materiálu, navrhovateľ je povinný predložiť počas rokovania predsedajúcemu písomne návrh uznesenia
5. **Pravidelné info témy a materiály zaradené do programu P-BTB sú zvyčajne, témy:**
 - zo stanov
 - uznesení
 - informácie z komôr /predkladajú sa ústne/

Pravidlá rokovania

6. **Dĺžka rokovania:**
 - 6.1. **riadneho** P-BTB je stanovaná na 120-150'
(pozn., čas vychádza zo skúseností s uznášaniaschopnosťou a časovými limitmi členov predstavenstva)
 - 6.2. **mimoriadneho** P-BTB - časový limit je určený pri zvolaní mimoriadneho predstavenstva (rokovanie o materiáloch a témach vyžadujúce rozsiahlejšiu prácu s dátami, prezentácie, prípadne štúdium materiálov a diskusiu /presahujúcu čas podľa bod 6.1. / je možné zaradiť na rokovanie mimoriadneho P-BTB samostatne aj s jednou témou).
7. Ak rokovanie k jednej téme počas zasadnutia riadneho P-BTB presiahne určený čas, môže o jej pokračovaní dať predsedajúci okamžite hlasovať. Prípadne môže PP-BTB ukončiť tému a zaradiť ju na samostatné P-BTB, zvolať k téme mimoriadne P-BTB.
8. **Pravidlá vystúpení diskutujúcich:**
Rozoznávame:
 - **uviedenie materiálu**
(na základe vyzvania predsedajúcim, spracovateľ, alebo ním určený zástupca v primeranej dĺžke uvedie materiál)
 - **štandardné vystúpenia k prerokovaným témam**
(do diskusie sú vystupujúci zaraďovaní predsedajúcim podľa prihlásenia)
 - **vystúpenia ku vzniknutej štandardne otvorenej diskusii**
(majú prednosť pred vystúpením k inej téme ako prebiehajúcej téme diskusie, po uzavretí diskusie sa pokračuje v poradí dovtedy prihlásených diskutérov)

9. **PP-BTB môže diskusiu otvorenú rečníkom mimo rokovajúcu tému prerušiť a ukončiť** /okrem bodu rôzne – kde je možné vystúpiť a otvoriť diskusiu k ľubovoľnej téme spätnej s náplňou BTB/.
10. **Mimoriadne vystúpenie pred hlasovaním, „faktická“ člena alebo PrDR je možné,** len ak by hrozilo zmätočné hlasovanie alebo porušenie stanov, zákonov. Člen P-BTB alebo PrDR požiadava o vystúpenie, ktoré ohlási ako „k hlasovaniu“.
11. Vo všetkých prípadoch vystupujú diskutéri výlučne po vyzvaní rečníka predsedajúcim a udelení slova.
 - 11.1. Predsedajúci je povinný upozorniť a následne odobrať slovo vystupujúceho, ktorý nevystupuje k prerokovávanému bodu, prípadne jeho vystúpenie je neprimerané dlhé alebo v rozpore so slušnosťou a dobrými mravmi.

Rozhodovania /hlasovanie:

12. Opakované rozhodovanie o prijatých uzneseniach je možné len ak nastali nové skutočnosti a navrhovateľ ich primerane zdôvodní príp. došlo k „zmätočnému hlasovaniu“ .
13. K schvaľovaniu projektov /aktivít z Plánu práce BTB /projektu BTB/ prijme P-BTB postup upravujúci a obmedzujúci opakované hlasovania o už prijatých rozhodnutiach.

Návrhy na rokovanie o téme a materiály od členov:

14. ak je bodom rokovania téma, kde sa očakáva uznesenie s rozhodnutím a toto môže mať dopad na rozpočet BTB je:
 - predkladateľ povinný vyžiadať si dopredu pred rokovaním vyjadrenie VR /V-EU/ s určením nárokov na rozpočet a vyjadreniu k zdrojom krytia. Vyjadrenie musí byť písomné a súčasťou materiálu /najneskôr 1 hod pred začatím rokovania P-BTB, zvyčajne 48 hod. Bez týchto údajov nie je povinný Predsedajúci otvoriť rokovanie k danému bodu, ani dať o ňom hlasovať/.
15. pri návrhu na zaradenie materiálu z komory do programu rokovania Predstavenstva, ktorý odporúča komora, je k materiálu potrebné predložiť prezenčnú listinu a hlasovanie z rokovania komory k danému bodu. Výsledok hlasovania komory, nie je podmienkou pre zaradenie materiálu na P BTB.

Program rokovania:

16. Office manažér zasiela na pokyn PP-BTB materiály v zmysle prijatého uznesenia 3 dni pred rokovaním
17. Materiály k rokovaniu spracúva na pokyn VR odborný úsek alebo v prípade potreby na pokyn VR externý dodávateľ
18. P-BTB prebieha podľa bodov oznámených v pozvánke, o poradí rozhoduje predseda / predsedajúci
19. **Bod - rôzne:** Do bodu rôzne sa zaraďujú prioritné informačné materiály a témy
 - Na rozhodovanie v bode rôzne sa nevzťahuje výnimka z bodu 4.2.
20. Po rokovaní zasiela zapisovateľ pracovnú verziu zápisu členom predstavenstva BTB do 4 pracovných dní od ukončenia P-BTB, do 2 prac. dní (48 hodín) je možné zaslať návrh úprav od členov predstavenstva, o nich rozhodne predsedajúci - max do 1 prac. dňa, následne zápis zasiela členom predstavenstva a zverejňuje zapisovateľ po schválení predsedom predstavenstva /predsedajúcim daného P-BTB/ do 3 prac. dní.
21. Po rokovaní komôr zasielajú predsedovia komôr stručný zápis do 5 dní od rokovania komory, v elektronickej forme s priloženou prezenčnou listinou účastníkov, na všetkých členov predstavenstva a na office manažéra BTB.

Spracovali: **prac. skupina - V. Grežo, P. Petrovič, R. Ďurica**

Podklad do bodu 6. Rôzne. Dopravné štúdie - STAV

From: Tibor Schlosser <tibor.schlosser@stuba.sk>
Sent: Thursday, March 17, 2022 8:36 PM
To: Michaela Kovačičová <kovacicova@visitbratislava.com>
Cc: Ing. Vladimír Grežo <predseda@visitbratislava.com>; 'Martin Volek' <volek@volis-international.com>; Monika Debnárová <mediaportal.monika@gmail.com>; Ing. Mgr. Tomáš Koniar, PhD. <koniar@visitbratislava.com>; 'Jakub Takács' <jakub.takacs@stuba.sk>; matej.sulik@stuba.sk
Subject: RE: Dopravné štúdie - stav

Dobrý večer pani Kovačičová,

Ďakujem za informáciu, ale o 11.00 je to pre nás neskoro, lebo o 13.00 už musíme byť na MÚ Nitra, kde máme dohodnuté stretnutie už týždeň. Navrhujeme 9.00.

Navýše sme objektívne stihli len oslovenie všetkých dotknutých inštitúcií a nepredpokladám, že dokážeme niečo v pondelok ukázať. Zatiaľ sa nám nikto neozval. Život je krutý a s vysokou pravdepodobnosťou hraničiacou s istotou do konca mesiaca sa nám pravdepodobne, len niekto z toho množstva dopytovaných spoločností ozve. Až potom začneme s výsledkami rokovaní pracovať. Sme ešte veľmi ďaleko od analýzy a ešte ďalej od samotného návrhu.

Pravdepodobne bude treba začať hľadať možnosti, ako optimalizovať riadenie tohto projektu. Z nášho hľadiska od začiatku je to mimo nás. Predpokladám, že v pondelok sa bude diskutovať čo s krutým dátumom 31.3.2022.

S úctou
Tibor Schlosser

From: Michaela Kovačičová [<mailto:kovacicova@visitbratislava.com>]
Sent: Thursday, March 17, 2022 9:36 AM
To: Tibor Schlosser <tibor.schlosser@stuba.sk>
Cc: Ing. Vladimír Grežo <predseda@visitbratislava.com>; 'Martin Volek' <volek@volis-international.com>; Monika Debnárová <mediaportal.monika@gmail.com>; Ing. Mgr. Tomáš Koniar, PhD. <koniar@visitbratislava.com>
Subject: Dopravné štúdie - stav

Dobrý deň pán Schlosser,

dovoľte mi pozvať Vás na ďalšie pracovné stretnutie k priebežnému stavu rozpracovanosti dopravných štúdií, ktoré sa uskutoční dňa 21.3.2022 (pondelok) o 11,00 hod. v BTB.

V tejto súvislosti mi dajte prosím vedieť, či je aktuálny stav dopravných štúdií v súlade s časovým harmonogramom, ktorý bol dohodnutý na stretnutí 7.3.2022.

Zároveň Vás chcem poprosiť o zaslanie potrebných náležitostí technických máp, o ktoré som Vás viackrát žiadala a nemám od Vás žiadnu spätnú väzbu.

Vopred ďakujem.

S pozdravom / With best regards,

Ing. Michaela Kovačičová
Head of Strategy Department | BTB

BRATISLAVA TOURIST BOARD
BRATISLAVSKÁ ORGANIZÁCIA CESTOVNÉHO RUCHU

Šafárikovo námestie 3, SK- 811 02 Bratislava
mob: +421 905 998 154
e-mail: kovacicova@visitbratislava.com
web: visitbratislava.com

