

## **SPRÁVA zo zahraničnej pracovnej cesty - City DNA Autumn Conference**

**Zahraničná pracovná cesta sa uskutočnila do štátu:** Belgicko

**Miesto konania:** Crowne Plaza Brugge

**Dátum od - do:** 16.-18.10.2024

**Účastníci ZPC za BTB:** Nina Erneker

### **Údaje o podujatí:**

BTB je dlhodobo členom aliancie mestských destinačných marketingových organizácií City Destinations Alliance = City DNA. V rámci jesenného odborného stretnutia profesionálov z destinačného marketingu sa konalo trojdňové podujatie s podtitulom „Let Pigs Fly“ zamerané na nové kreatívne prístupy k destinačnému manažmentu a marketingu v súčasnej dobe výziev a ohrození.

Podujatia sa zúčastnilo 227 profesionálov z 80 miest v 34 krajinách na troch kontinentoch.

Jedným z hlavných motívov obsahu podujatia bolo využitie AI ako revolučného nástroja na tvorbu ale aj manažment a distribúciu obsahu.

K dispozícii bolo množstvo prednášok, panelových diskusií, workshopov i príležitostí na networking.

Viac informácií je k dispozícii spracovaných ako prehľadné poznámky cez nový AI nástroj na <https://www.snapsight.com/live-channel/l/2c7acffb-cfee-4ea8-a495-4abaf8fab9d8/attendee/locations?lid=all>

Zaujímavé postrehy / výstupy z konferencie v bodoch:

Research & Insight Knowledge Group – Are we getting a fair share of tourist tax?

- Prieskum medzi členskými mestami (reprezentované DMOs ) poukázal na nerovnomernú a miestami doslova netransparentnú redistribúciu vybranej dane za ubytovanie (až 36% respondentov poukázalo na nulovú redistribúciu späť do DMO)
- Lokálni stakeholdri sú informovaní a zahrnutí do procesu rozhodovania o redistribúcii bed tax len v ca 50%
- 40% miest uviedlo, že plánuje zvýšiť bed tax, avšak ca 70% z nich dvihne daň max. o 10% (100% zvýšenie je bezprecedentné)
- Rezovala aj téma zdanenia tzv. daytrippers = odznali konkrétne dve možné formy = zdanenie pasažierov výletných lodí a spoplatnenie vjazdu zájazdového autobusu do predmenej zóny (napr. centra mesta).

Odznelo viacero motivačných prednášok. Rezonovala téma udržateľnosti a etického prístupu k zmenám v spoločnosti (moral ambition).

- Make journey part of the experience
- Tackle problems that are widely spread, neglected and tractable at the same time

Samostatnou kategóriu boli prednášky o AI a jeho využitia v destinačnom marketingu a v Business Events:

- Personalizácia (badging, registrácia, event concierge, itineráre na mieru,
- Efektivizácia operatívy – asistencia s plánovaním eventu (schedules, time plans, contact lists..)
- Tvorba obsahu – analýzy z regostrácie, z feedbackov, porovnanie vývoja v čase, cielenie, poznámkovanie, redistribúcia obsahu
- Monetizácia obsahu - extrakt z obsahu v inej forme je možné ďalej predať

Bezbariérovosť – dve case studies ( Gdansk PL a Mechelen BEL)

- Accessibility audit – najali 20 profesionálov s rôznymi obmedzeniami a postihnutiami, ktorí robili mystery shopping vo venues, reštauráciách, galériách a pod.

Overtourism – jedna z panelových diskusií sa venovala overturizmu a jeho manažovaniu

- Kľúčová je rola médií a ich profesionality a etiky v zobrazovaní skutočnosti (aj prehnane pozitívne, ako aj prehnane negatívne výstupy škodia destinačnému brandu)
- Cruiseships – je nevyhnutné strategicky riadiť tourism flow rovnako ako je dôležité riadiť premávku na cestách.

Najbližšie stretnutie profesionálov City DNA sa bude konať v novembri v Antwerpách, kde bude dominovať téma Visitor experience a turistických informačných centier.

Jarné pokračovanie konferencii City DNA Spring v apríli bola ohlásená v destinácii Budapešť.

Záver:

Podujatie patrí k „must attend“ podujatiam v našom regióne, opäť potvrdilo svoju opodstatnenosť tak pri prenose know-how, ako aj inšpirácii novými trendami a obohacovaním tzv. „best practice“.

