



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

## OBSAH

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

## ZÁKLADNÉ INFORMÁCIE

**Názov organizácie:** Turizmus regiónu Bratislava / Bratislava Region Tourism

**Sídlo:** Sabinovská 16, 820 05 Bratislava

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

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

**Štatutárny zástupca:** RNDr. Martin Zaťovič, predseda krajskej organizácie

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

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

**Mgr. Andrea Ambrózy**  
oddelenie marketingu a eventov  
mobil: +421 948 709 049  
email: [andrea.ambrozy@gob.sk](mailto:andrea.ambrozy@gob.sk)

**Ing. Mária Jaseňáková**  
oddelenie marketingu a eventov  
mobil: + 421 948 603 119  
email: [maria.jasenakova@gob.sk](mailto:maria.jasenakova@gob.sk)

**Mgr. Monika Marčáková**  
oddelenie marketingu a eventov  
mobil: + 421 948 611 671  
email: [monika.marcakova@gob.sk](mailto:monika.marcakova@gob.sk)

**Mgr. Ondrej Bednár**

oddelenie marketingu a eventov

mobil: + 421 (0)2 431 91 692

email: [ondrej.bednar@gob.sk](mailto:ondrej.bednar@gob.sk)

**Ing. Agáta Mikulová**

oddelenie marketingu a eventov

mobil: +421 903 482 938

email: [agata.mikulova@gob.sk](mailto:agata.mikulova@gob.sk)

**Odd. PR a komunikácie:**

Tel: +421 (0)2 431 91 685

**Mgr. Matúš Lajčák**

oddelenie PR a komunikácie

mobil: +421 911 855 760

email: [matus.lajcak@gob.sk](mailto:matus.lajcak@gob.sk)

**Mgr. Petra Kotúčková**

Oddelenie PR a komunikácie

mobil: +421 948 603 842

email: [petra.kotuckova@gob.sk](mailto:petra.kotuckova@gob.sk)

**Internetové stránky:**

[www.tourismbratislava.com](http://www.tourismbratislava.com)

[www.gob.sk](http://www.gob.sk)

[www.facebook.com/BratislavaRegionTourism](https://www.facebook.com/BratislavaRegionTourism)

## ÚVOD

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

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

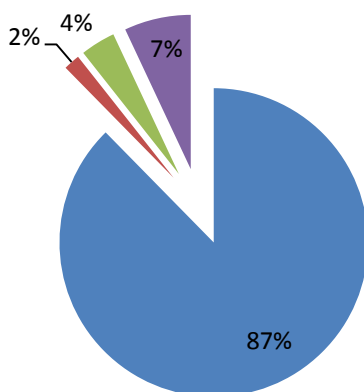
## Štatistické údaje

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

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

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

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



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

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

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

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

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

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

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

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



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

## 1. MARKETING A PROPAGÁCIA

### 1.1. Edičná a video tvorba

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

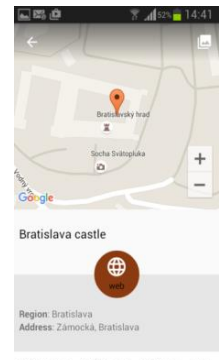
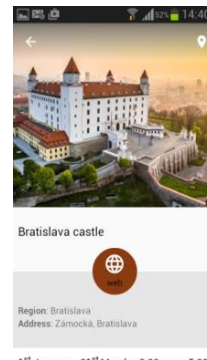
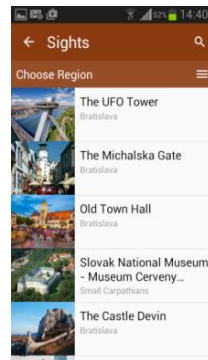
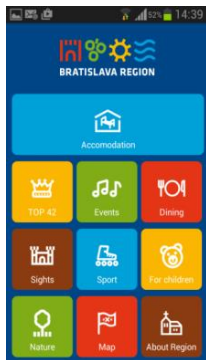
Brožúry sú k dispozícii v desiatich jazykových mutáciách SK/EN; DE/HU; PL/RUS; IT/FR; E/SH. Koncom roka 2015 pripravila BRT v rámci svojej edičnej tvorby novú brožúru s názvom Top 42 podujatí v regióne, ktorá má návštevníkom regiónu priblížiť bohatú programovú ponuku podujatí plánovaných v roku 2016.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

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

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



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



## 1.2. Výstavy, veľtrhy cestovného ruchu a prezentácie

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

## Iné výstavy, veľtrhy a prezentácie

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

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

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

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

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

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

### 1.3. PR A TURISTICKÝ INFORMAČNÝ SYSTÉM, KOMUNIKAČNÉ NÁSTROJE

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

Cieľové skupiny:

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

## Printové médiá

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

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

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

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

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

## **Video propagácia**

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

## **Fotosúťaž / 1. apríla – 15. mája 2015**

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

## **Prokop 2015 / 5. októbra 2015**

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

## **Produkt partnerských prevádzok značka kvality**

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



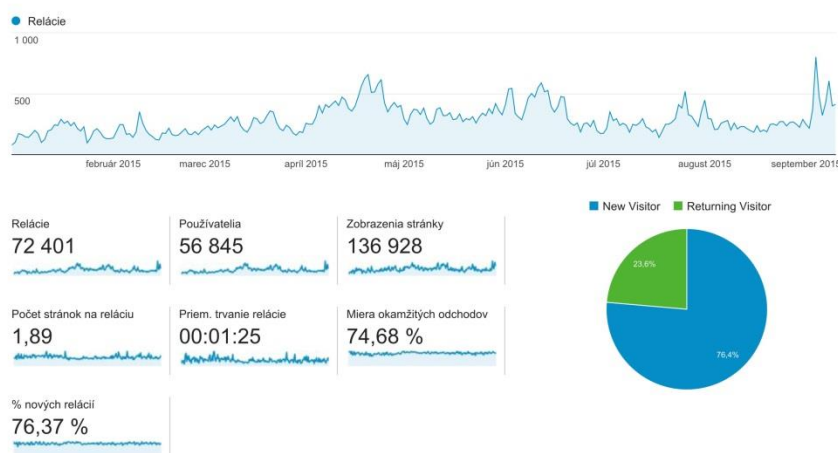
Značenie prevádzok Cechu husacínarov, ktoré BRT odporúča. V budúcnosti má BRT zámer vypracovať certifikovanú značku kvality, ktorou by označovala všetky partnerské zariadenia.

### Analýza webového portálu a facebooku

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

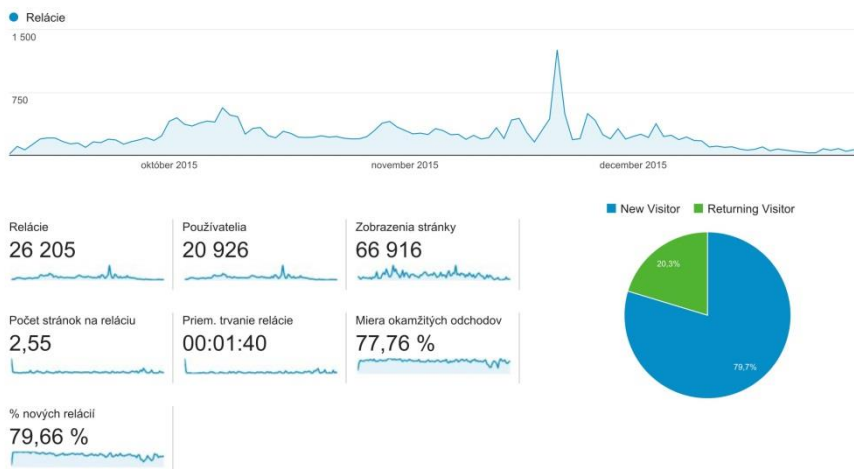
Návštevnosť stránky [www.tourismbratislava.com](http://www.tourismbratislava.com) bola za obdobie 1. 1. 2015 – 10. 9. 2015 v priemere 225 návštevníkov / deň. Od 10. 9. 2015 sa hlavným komunikačným nástrojom stala webstránka [www.gob.sk](http://www.gob.sk). Doména tourismbratislava je automaticky prelinkovaná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

Štatistika návštevnosti portálu [www.tourismbratislava.com](http://www.tourismbratislava.com) / od 1.1. 2015 – 10. 9. 2015





Štatistika návštevnosti portálu [www.gob.sk](http://www.gob.sk) / od 10.9. 2015 – 31.12.2015



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

## 1.4. PODPORA PREDAJA A PROPAGAČNÉ NÁSTROJE

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

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

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

## 2. TVORBA A PODPORA PRODUKTOV CESTOVNÉHO RUCHU

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

### VLASTNÉ PODUJATIA KRAJSKEJ ORGANIZÁCIE BRATISLAVA REGION TOURISM



#### **Farm Fest 2015**

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

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

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

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

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

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



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

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

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

#### PODUJATIA V SPOLUPRÁCI S PARTNERMI



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

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



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

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



#### **Bežecké podujatia v bratislavskom regióne / marec – november 2015**

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



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

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

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



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

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



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

Multižánrové kultúrne podujatie pri príležitosti výročia Ľudovíta Štúra.



#### **Pezinské Viechy / 27. mája – 31. októbra**

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



#### **Keramické trhy v Pezinku / 12.- 14. júna**

Prezentácia majstrovstva výrobcov keramiky rôznych štýlov zo Slovenska a zahraničia.



#### **Senecké leto / 13. júna 2015**

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





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

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



### **Senecký Vínny festival / 24. júla – 1. augusta 2015**

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



### **S motorákom za Štefánikom / 25. júla 2015**

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



### **Wine and Art / júl – august**

Hudobno – umelecké podujatia v Malokarpatskom múzeu v Pezinku.



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

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



### **Dni zelá / 2. – 4. októbra 2015**

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



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

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



### **Korunovačné slávnosti 2015 / 26. – 28. júna 2015**

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



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

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



### **Župná jeseň, BSK / september – december 2015.**

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



### **Župné Vianoce v Stupave / 12. decembra 2015**

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



### **Ekotopfilm – Envirofilm 2015 roadshow po Slovensku / celoročný projekt**

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



### **Temné Kecy / december 2015**

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



### **Waves Bratislava / 1. – 10. októbra 2015**

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



### **Festival Divokej Vody / 4. -5. júla 2015**

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



### **XV ročník Dňa otvorených dverí 2015 / 29. augusta 2015**

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



### 3. PODPORA ATRAKTIVÍT DANEJ LOKALITY

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

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

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

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

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

## 4. INFRAŠTRUKTÚRA CESTOVNÉHO RUCHU

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

## 7. INÉ AKTIVITY BRT

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

## 8. ROZPOČET, JEHO ČERPANIE A POPIS VÝDAVKOV NA AKTIVITY

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

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

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

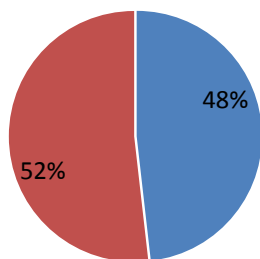
Uvedené tabuľky poskytujú predbežný prehľad o čerpaní rozpočtu BRT počas roka 2015. Finálna účtovná závierka za rok 2015 bude v súlade so Zákonom 91/2010 Z.z. spracovaná k 31. marcu 2016 a následne bude doručená na Ministerstvo dopravy výstavby a regionálneho rozvoja k 10.4.2016.

## 9. FINANCOVANIE KOČR A BILANCIA VÝDAVKOV NA AKTIVITY

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

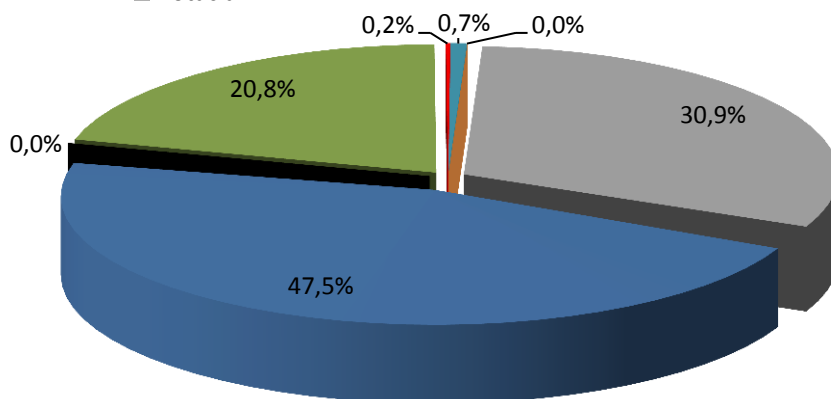
### Financovanie KOČR 2015

■ Členské príspevky ■ Ostatné príjmy



### Financovanie KOČR 2015

■ Členské VÚC ■ Členské BTB  
■ Zostatok z 2014 ■ Vlastné príjmy  
■ Členské Región Senec ■ Členské OOCR Malé Karpaty  
■ Dotácia



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

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