

**SPRÁVA O ČINNOSTI KRAJSKEJ  
ORGANIZÁCIE CESTOVNÉHO RUCHU (BRT)  
ZA ROK 2013**



## **SPRÁVA O ČINNOSTI KRAJSKEJ ORGANIZÁCIE CESTOVNÉHO RUCHU (BRT) ZA ROK ZA 2013**

Rok 2013 predstavoval druhý rok existencie krajskej organizácie cestovného ruchu **Turizmus regiónu Bratislava/Bratislava Region Tourism (ďalej len BRT)**. Organizácia vznikla **15.02.2012** registráciou na Ministerstve dopravy, výstavby a regionálneho rozvoja SR, pod č. 08557/2012/SCR je zapísaná v zozname krajských organizácií cestovného ruchu. Predsedom BRT - Turizmus regiónu Bratislava je JUDr.Ivo Nesrovnal, výkonnou riaditeľkou Ing. Alžbeta Melicharová.

Riadne **zasadnutie valného zhromaždenia členov** BRT sa uskutočnilo v roku 2013 tri krát (február, august, december 2013). Ku dňu 31.12.2013 mala BRT CR priemerný **počet zamestnancov** 6 v trvalom pracovnom pomere.

Dotácia bola na samostatný dotačný účet krajskej organizácie CR Turizmus regiónu Bratislava pripísaná dňa 31.7.2013.

Organizácia **Bratislava Region Tourism** pokračovala v marketingových aktivitách podľa jednotlivých súčastí projektu na dotáciu od Ministerstva dopravy, výstavby a regionálneho rozvoja SR. Svoju činnosť sústredila najmä na tvorbu nových propagačných materiálov, ktoré zhŕňajú ponuku jednotlivých atraktivít, produktov a tipov na trávenie voľného času pre návštevníkov destinácie Bratislavský región (ďalej len „DBR“). Organizácia sa zamerala na vizuálne zachytenie top atraktivít destinácie v krátkych minútových prezentačných spotoch. Aktívne sa tiež zúčastňovala zahraničných veľtrhov a výstav cestovného ruchu. V neposlednom rade stojí organizácia v pozadí organizovania a propagácie top podujatí, ktoré slúžia na podporu domáceho ako aj zahraničného cestovného ruchu, trávenia času v destinácii.

Organizácia BRT sa už od svojho založenia snaží aktívne komunikovať všetky aktivity tak, aby sa zvýšil záujem o návštevu DBR. Medzi základné prvky, ktoré sú na dosiahnutie stanovených cieľov nastavené, patrí najmä zasielanie informačných tlačových správ do slovenských a zahraničných médií. Každé podujatie a aktivita, do ktorej je zapojená BRT má v rámci organizácie práce zabezpečenú podporu od oddelenia komunikácie. Jednotlivé typy výstupov prispôsobuje oddelenie individuálne a kvôli znalosti mediálneho prostredia tak, aby bol dosiahnutý čo najvyšší efekt, a aby sa správa šírila medzi verejnosť a medzi potenciálnych návštevníkov čo najvýraznejšie. Okrem zadávania platenej inzercie používa organizácia aj takzvaný prirodzený tok informácií, kedy sú tlačové správy preberané médiami bez nároku na zakúpenie mediálneho priestoru. Tiež sa snaží vzhľadom na nedostatočný rozpočet využívať lowcostové metódy komunikácie s čo najvyššou mierou dosahu na cieľovú skupinu. Od svojho vzniku má organizácia za sebou niekoľko platených kampaní, ktoré bezpochyby napomohli k zvýšeniu návštevnosti nášho regiónu. Aktívne vystupuje aj na sociálnych sieťach, keďže tento typ komunikácie považuje za jeden z kľúčových.

BRT sa tiež aktívne zaoberá kreovaním koncepčných materiálov, vyhodnocovaním štatistík a prieskumov dotýkajúcich sa DBR ako aj Slovenskej republiky a odborným rastom svojich zamestnancov. Významnú súčasť prezentácie DBR ako aj samotnej organizácie tvorí aj množstvo druhov prezentačných, marketingových a reklamných predmetov, ktoré organizácia využíva na denno-dennej báze pri kontakte so širokou verejnosťou a návštevníkmi DBR. Spolupráca a vzájomná previazanosť aktivít organizácie Bratislava region Tourism s jej členmi, ktorými sú oblastné organizácie cestovného ruchu Bratislava Tourist Board a Region Senec je pokračovaním začatej cesty spolupráce, sieťovania a spoločného nazerania zainteresovaných profesionálov cestovného ruchu na problematiku spoločného a úspešného marketingu a pozitívnych výsledkov destinačného manažmentu v DBR.

## AKTIVITY BRATISLAVA REGION TOURISM v roku 2013

Hlavným oblasťami aktivít boli:

### 1. ŠTATISTIKY, VÝSKUMY, ANALÝZY

BRT obstarala u Štatistického úradu SR spracovanie **ukazovateľov cestovného ruchu za rok 2012 za Bratislavský kraj**: jednoduchí návštevníci (rezidenti SR) v BK (2012); návštevníci s prenocovaním (rezidenti SR) v BK (2012), tržby a výkony cestovných kancelárií, agentúr a ostatných subjektov (NACE 79) so sídlom v BK (2012).

TAB.Č. 2	Počet ciest v BSK podľa hlavného účelu cesty				
Jednoduché cesty	2010	2011	2012	index 2011/2010	index 2012/2011
<b>Počet ciest spolu</b>	<b>592 524</b>	<b>906 336</b>	<b>904 097</b>	<b>153,0%</b>	<b>153,0%</b>
dovolenka, voľný čas, rekreácia	121 332	195 857	256 029	161,4%	130,7%
z toho: poznávací zájazd	56 169	104 188	59 748	185,5%	57,3%
návšteva príbuzných, známych	203 370	283 840	197 243	139,6%	69,5%
nákup	156 087	242 866	108 719	155,6%	44,8%
ostatný účel*	111 735	183 773	342 106	164,5%	186,2%
<b>Podiel v %</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>
dovolenka, voľný čas, rekreácia	20,5%	21,6%	21,6%	105,4%	100,0%
z toho: poznávací zájazd	9,5%	11,5%	11,5%	121,1%	100,0%
návšteva príbuzných, známych	34,3%	31,3%	31,3%	91,3%	100,0%
nákup	26,3%	26,8%	26,8%	101,9%	100,0%
ostatný účel*	18,9%	20,3%	20,3%	107,4%	100,0%

\* zahŕňa aj služobné cesty, vzdelávacie pobyty, liečenie, iné...

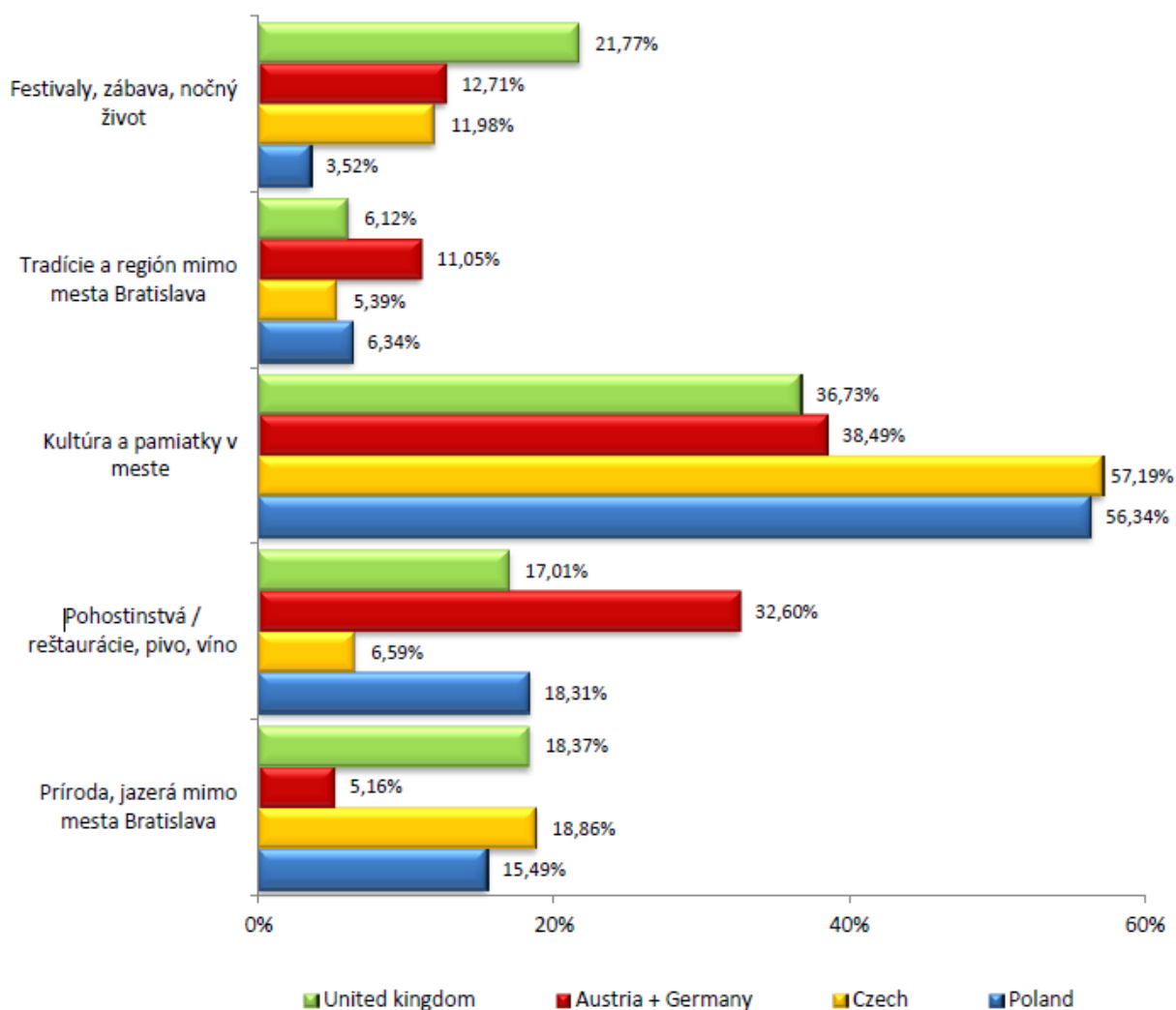
Zdroj údajov: ŠÚ SR, Zisťovanie o dovolenkových a služobných cestách 2010-2012

BRT obstarala **Analýzu motivácie zahraničných návštevníkov destinácie Bratislavský kraj** (Česká republika, Rakúsko, Nemecko, Poľsko, Spojené kráľovstvo) s akcentom na využitie sociálnych sietí slúži ako podklad pre marketingovú stratégiu BRT na jej cieľových trhoch počas rokov 2014 – 2015 (s výhľadom do roku 2020).

Zo spracovaných výstupov prieskumu uvádzame len časť výsledkov:

Ako je uvedené v grafe č.1, podľa hlasovania respondentov, ktorí už navštívili destináciu Bratislavský región s jednoznačnou prevahou je možné za najatraktívnejší bod označiť možnosť „Kultúra a pamiatky v meste“, ktorá získala najvyšší počet odpovedí v každej skúmanej krajine. Možnosti ako „Pohostinstvá / reštaurácie, pivo, víno“, „Festivaly, zábava, nočný život“ a „Príroda, jazerá mimo mesta Bratislava“ majú z pohľadu zaujímavosti pre turistov rovnaké postavenie. Najnižší záujem však respondenti prejavili o možnosť „Tradície a región mimo mesta Bratislava“.

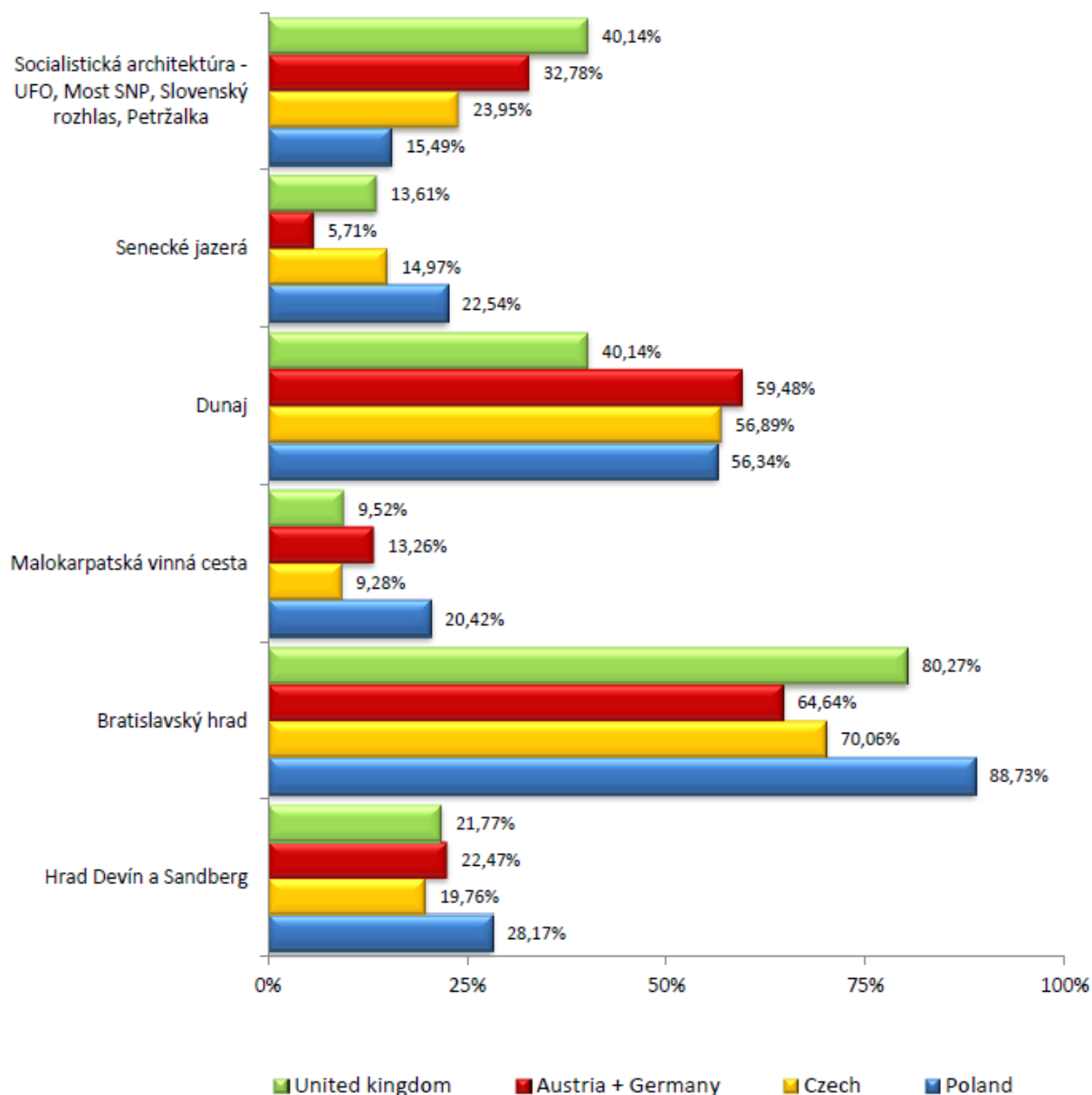
Graf č. 1 Najzaujímavejšie body v regióne Bratislava



**Zdroj:** Analýza preferencií potenciálnych návštevníkov destinácie bratislavský kraj s akcentom na využitie virtuálnych sociálnych sietí s cieľom identifikovať motiváciu vycestovať do destinácie, Slovenská marketingová asociácia, o. z.

Ako je uvedené v grafe č.2, respondenti uvedených národností reagovali pri výbere atraktivít pre región Bratislava typických. Aj v tomto prípade spomedzi ponúkaných možností respondenti bez rozdielu vyseletovali „Bratislavský hrad“, túto možnosť označili približne dve tretiny každej národnosti. V poradí druhou top atraktivitou sa podľa odpovedí umiestnila možnosť „Dunaj“, aj v tomto prípade sa respondenti skúmaných národností zhodli. Pri zvyšných troch možnostiach je rozloženie záujmu respondentov približne rovnaké. Najnižšie zastúpenie a najmenší záujem respondenti aj v tomto prípade všetkých skúmaných krajín prejavili o atraktivitu Malokarpatská vinná cesta.

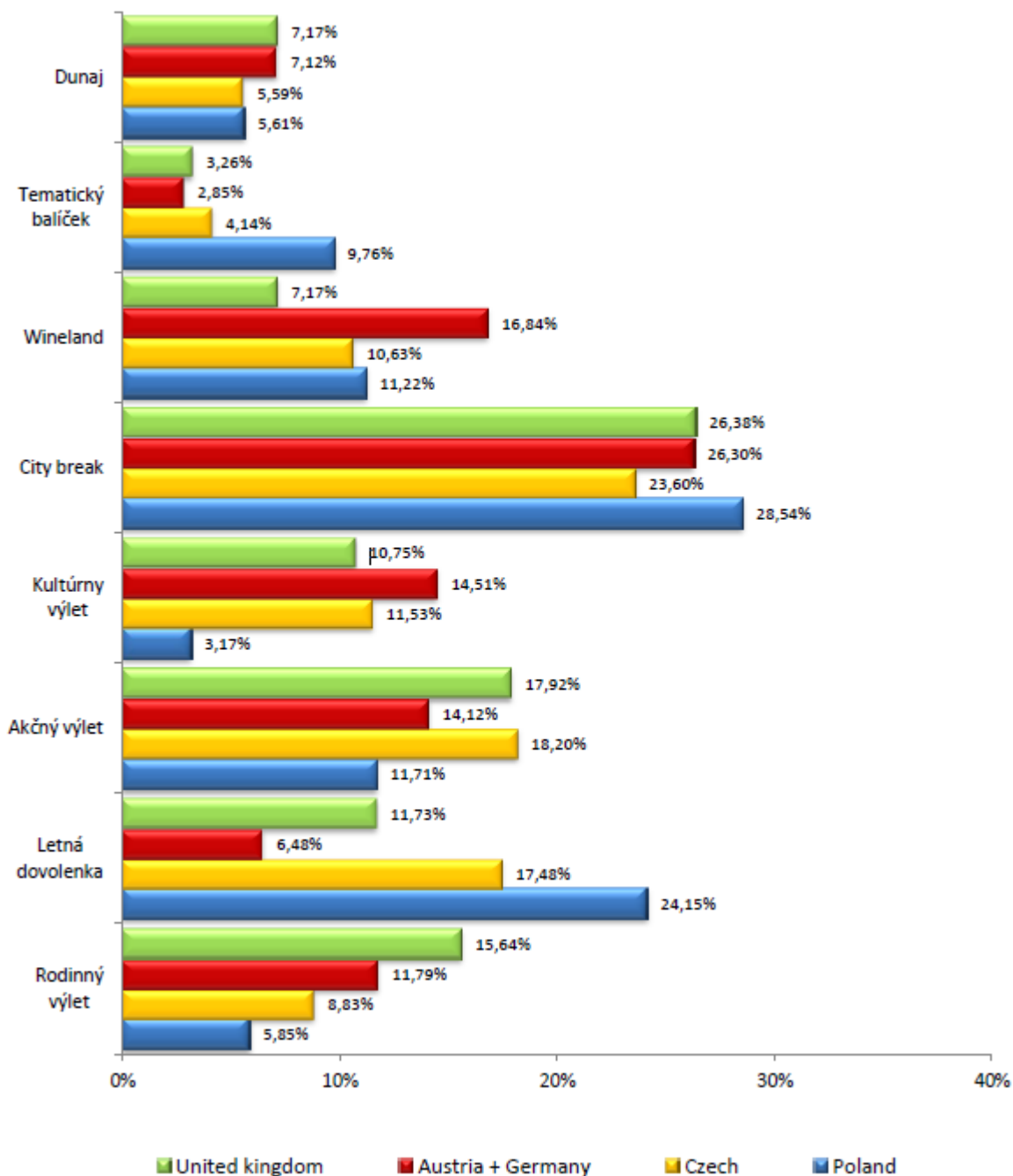
Graf č. 2 Typické atraktivity pre región Bratislava



**Zdroj:** Analýza preferencií potenciálnych návštevníkov destinácie bratislavský kraj s akcentom na využitie virtuálnych sociálnych sietí s cieľom identifikovať motiváciu vycestovať do destinácie, Slovenská marketingová asociácia, o. z.

Ako je uvedené v grafe č. 3 za najzaujímavejší produktový balíček označili respondenti všetkých národností „City break“. Všetky ostatné balíky sú viac menej v rovnováhe respektíve, záujem o nich je približne rovnaký, hoci rozdiely medzi národnosťami sú badateľné. Naopak najmenší záujem ako z grafu vyplýva je o „Tematický balíček“.

Graf č. 2 Najzaujímavejšie produktové balíčky



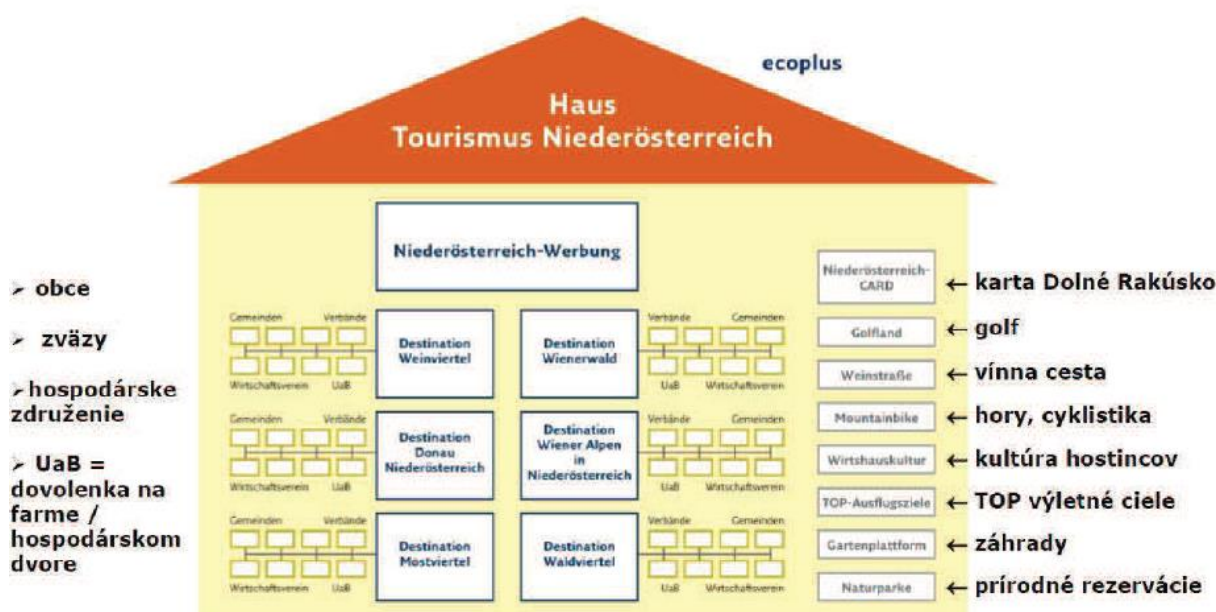
**Zdroj:** Analýza preferencií potenciálnych návštevníkov destinácie bratislavský kraj s akcentom na využitie virtuálnych sociálnych sietí s cieľom identifikovať motiváciu vycestovať do destinácie, Slovenská marketingová asociácia, o. z.

Cestou projektu **Destinatour 2013** boli pre potreby BRT spracované ďalšie strategické podklady ako napr. **Metodická príručka destinačného manažmentu v Bratislavskom kraji**,

**Analýza on-line prostredia slovenského virtuálneho trhu a Pasportizácia turistických atraktivít a služieb v oblasti cestovného ruchu na území BSK.**

Relevantné výstupy projektu Destinatour 2013 sú uvedené:  
[www.region-bsk.sk](http://www.region-bsk.sk), [www.tourismbratislava.com/publikacie](http://www.tourismbratislava.com/publikacie)

Z príručky destinačného manažmentu uvádzame napr. obrázok k organizácii inštitucionálneho riadenia rozvoja cestovného ruchu v spolkovej krajine Niederösterreich v Rakúsku.



**Zdroj:** Bauer,S: Cestovný ruch v Dolnom Rakúsku, prednáška, workshop Bratislava

**Pasportizácia turistických atraktivít a služieb v oblasti cestovného ruchu na území Bratislavského samosprávneho kraja je spracovanou databázou** (štruktúrované informácie o rôznych produktoch cestovného ruchu, subjektoch poskytujúcich služby cestovného ruchu alebo produktoch a službách súvisiacich s cestovným ruchom), ktorá slúži na propagáciu destinácie „Bratislavský región“ prostredníctvom Úradu Bratislavského samosprávneho kraja a cieľových skupín projektu cezhraničnej spolupráce Destinatour 2013 - Krajskej organizácie cestovného ruchu „Turizmus regiónu Bratislava“ a oblastných organizácií cestovného ruchu na území Bratislavského kraja, ktoré sú členom krajskej organizácie. Informácie boli aktualizované k decembru 2013 a obsahujú dáta za celý Bratislavský samosprávny kraj v rozdelení podľa jednotlivých regiónov (Bratislava s mestskými časťami, Podunajsko – okres Senec, Záhorie – okres Malacky, Malokarpatský región – okres Pezinok ).

Pasportizácia obsahuje základné údaje o turistických atraktivitách destinácie Bratislavský región a to: názov, adresa produktu, služby, prevádzky, telefón, e-mail, webovú stránku.

Okrem základných údajov databázy majú obsahovať doplňkové informácie podľa zadania v členení databázy.

## Členenie databázy:

1. Ubytovacie zariadenia
2. Kongresové a konferenčné zariadenia a iné konferenčné priestory – „event venues“ (okrem hotelov)
3. Gastronomické zariadenia
4. Vinárne, vinotéky, vínne pivnice, ochutnávky vín, vinári
5. Incomigové cestovné kancelárie, agentúry, eventové agentúry ponúkajúce pobyty, výlety, aktivity v Bratislavskom kraji
6. Informačné kancelárie
7. Predajne ľudovo-umeleckých výrobkov, remeselníci a výrobcovia ľudovo-remeselných výrobkov, tradičných výrobkov a iných ručných výrobkov, predajne suvenírov a remeselnícke prevádzky (napr. ŤLUV, Majolika, keramická dielňa a pod.)
8. Nákupné centrá, zábavné centrá, diskotéky, kasína
9. Divadlá, kiná, koncertné sály, kultúrne zariadenia a kultúrne strediská
10. Múzeá, galérie, hrady, zámky, kaštiele, sakrálné pamiatky, navštíviteľné historické budovy, kultúrne a historické pamiatky, technické pamiatky, výhľadne, rozhľadne, pamätníky a pod.
11. Športové a rekreačné zariadenia príp. agentúry ponúkajúce športové aktivity v členení:
12. Dopravné spoločnosti s využitím pre turizmus (letiská aj športové, lodní prepravcovia, vlakoví dopravcovia, autobusoví dopravcovia, požičovne automobilov, bicyklov, historická električka, Prešporáčik, SenecExpress, lanovka Kamzík a pod.)
13. Prírodné rezervácie, náučné chodníky, verejné parky, sady, záhrady
14. Ostatné turistické atrakcie nezaraďené do h.u. členenia (napr. ZOO, Botanická záhrada, včelársky skanzen, jaskyňa a pod.)
15. Asociácie, združenia, zväzy, organizácie cestovného ruchu, neziskové organizácie (napr. MVC, a iné miestne vinárske spolky, STARZ, Čech husacinárov, Malokarpatský banícky spolok a pod.) - výber najvýznamnejších s dôrazom na regionálny charakter

Obrázok č. 2 Vzorka z pasportizácie turistických atrakcií a služieb v oblasti CR

	Názov	Ulica, číslo	Mesto/obec/mestská časť	PSČ	Okres	Webová adresa	Telefonický kontakt, prípadne kontaktná osoba pre verejnosť (informácie, rezervácie, predaj)	E-mail pre verejnosť (informácie, rezervácie, predaj)	Jazyky, v ktorých je možné komunikovať (informácie, rezervácie, predaj)	Telefón pre verejnosť (informácie, rezervácie, predaj)	E-mail pre verejnosť (informácie, rezervácie, predaj)	V akých jazykoch a mutáciách je webová adresa dostupná?	Druh zariadenia
1	Oráč hradok	Borinka	Borinka	900 32	Malacky	www.obce.info/slovensko/borinka	0903 361 088	obecny-urad-borinka@slovensko.sk	iba v slovenskom jazyku	+421 903 361 088	obecny-urad-borinka@slovensko.sk	iba v slovenskom jazyku	hrad
2	Kaplnka sv. Michala archanjela	katastrálne územie Vačková	Borinka	900 32	Malacky	visit.marianna.sk/Preco+pri+stodo+Marianny/zaujimevo+stiv+okoli/Object+detail/?contentid=1008&language=cs	02/659344 48	ferastupava@ferastupava.sk	iba v slovenskom jazyku	+421 2 65934448	ferastupava@ferastupava.sk	iba v slovenskom jazyku	Drobná sakrálna architektúra
3	Rímskokatolícky kostol Najsvätejšieho srdca Ježišovho	strede obce Borinka	Borinka	900 32	Malacky	www.ferastupava.sk/?q=contact	02/659344 48	ferastupava@ferastupava.sk	iba v slovenskom jazyku	+421 2 65934448	ferastupava@ferastupava.sk	iba v slovenskom jazyku	Drobná sakrálna architektúra
4	Socha Sv. Ján Nepomucký	Borinka	Borinka	900 32	Malacky	www.pamiatky.sk/po/po/Detail?id=1523	0903 361 088	obecny-urad-borinka@slovensko.sk	iba v slovenskom jazyku	+421 903 361 088	obecny-urad-borinka@slovensko.sk	iba v slovenskom jazyku	Drobná sakrálna architektúra
5	Kaplnka Božského Srdca Ježišovho	Gajary	Gajary	900 61	Malacky	gajary.ferastupava.sk/2.Zbo_sucasnost.htm	0903 410 483	gajary@ferastupava.sk	iba v slovenskom jazyku	+421 903 410 483	gajary@ferastupava.sk	iba v slovenskom jazyku	Drobná sakrálna architektúra
6	Kaplnka Nepoškvrneného Srdca P. Márie	Gajary	Gajary	900 61	Malacky	gajary.ferastupava.sk/2.Zbo_sucasnost.htm	0903 410 483	gajary@ferastupava.sk	iba v slovenskom jazyku	+421 903 410 483	gajary@ferastupava.sk	iba v slovenskom jazyku	Drobná sakrálna architektúra
7	Kaplnka Sv. Anny	Gajary	Gajary	900 61	Malacky	gajary.ferastupava.sk/2.Zbo_sucasnost.htm	0903 410 483	gajary@ferastupava.sk	iba v slovenskom jazyku	+421 903 410 483	gajary@ferastupava.sk	iba v slovenskom jazyku	Drobná sakrálna architektúra
8	Kaplnka Svätej rodiny	Gajary	Gajary	900 61	Malacky	gajary.ferastupava.sk/2.Zbo_sucasnost.htm	0903 410 483	gajary@ferastupava.sk	iba v slovenskom jazyku	+421 903 410 483	gajary@ferastupava.sk	iba v slovenskom jazyku	Drobná sakrálna architektúra



## 2. STRATEGICKÉ PLÁNOVANIE ROZVOJA DESTINÁCIE

V tomto začali práce na „**Marketingovej stratégii DBR pre domáci a zahraničný trh na roky 2014 až 2015 (s výhľadom do roku 2020)**“. Dokument obsahuje analýzu prostredia a vývoja cestovného ruchu v krajinách V4, rieši otázku inštitucionálneho zabezpečenia cestovného ruchu, definovanie strategickej vízie rozvoja cestovného ruchu v DBR, stanovenie stratégie výberu priorít marketingu DBR pre zdrojové trhy V4/Rakúsko/Nemecko/Veľká Británia, alokovanie finančných a nasadenie ľudských zdrojov, možnosti pre čerpanie finančných zdrojov z fondov Európskej únie pre subjekty na území Bratislavského kraja v novom programovom období 2014 – 2020.

BRT sa v r.2013 podieľala na príprave **Zásobníka projektov pre Program hospodárskeho a sociálneho rozvoja BSK 2014-2020**, ktorý bol schválený ZBSK 21.6.2013. Je v ňom zahrnuté spracovanie dokumentu „**Stratégia rozvoja CR BK 2014 - 2020**“, ktorého sa zúčastní BRT v spolupráci s miestnou a regionálnou samosprávou, zástupcami verejného a súkromného sektora.

Do zásobníka sú zaradené aj projekty, na ktorých bude participovať BRT – **Dlhodobý pravidelný opakovaný prieskum jednodňového návštevníka BSK a Prieskum poznania značky Bratislavský kraj na Slovensku a v okolitých krajinách.**

BRT sa aktívne zúčastňovala v pripomienkovom konaní legislatívnych a strategických materiálov v pláne práce MDVRR SR a SACR, aktívne sa stavala najmä ku kreovaniu novely zákona o CR č.91/2010 Z.z., Stratégie rozvoja cestovného ruchu do roku 2020 a Marketingovej stratégii SACR.

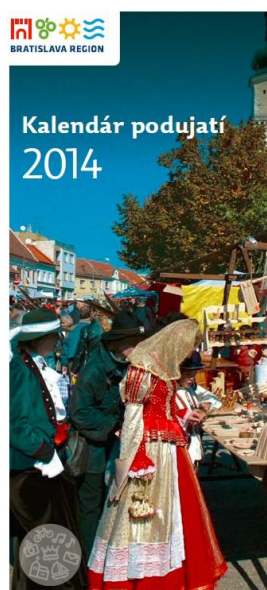
## 3. EDIČNÁ TVORBA

V rámci edičnej tvorby vydala BRT

- **Kalendár podujatí v bratislavskom kraji 2013** (v slovenskom, anglickom a nemeckom jazyku) výber najdôležitejších kultúrnych, spoločenských, historických, odborných, hudobných podujatí počas roka.
- **Imidžovú brožúru a bedeker s tematikou „Križovatka pestrých zážitkov“** v spoločných jazykových mutáciách: slovensko-anglická, nemecko-maďarská, rusko-poľská,
- **Nový koncept piatich propagačných materiálov s tematikou „História a kultúra“, „Relax a šport“, „Gastro a víno“, „Top 42 zážitkov v bratislavskom regióne“** k tomu s prislúchajúcou „**Mapou top 42 atraktivít v bratislavskom regióne**“, v jazykových mutáciách: slovenskej, nemeckej, anglickej, maďarskej, poľskej, ruskej a španielskej.

BRT obstarala **scenár k prezentačnému videu o Bratislavskom kraji a 4 prezentačné videoklipy (cca 4min.)** určené pre marketingové aktivity na domácom a zahraničnom trhu (prezentácie na veľtrhoch, výstavách, prezentáciách, road show), s možnosťou použitia na internetovej stránke organizácie ([www.tourismbratislava.com](http://www.tourismbratislava.com)), na sociálnych sieťach, na iných verejných portáloch a stránkach s tematikou cestovného ruchu, na prezentáciu na DVD, USB nosičoch.

BRT spolupracovala pri vydaní letákov, web stránky Destinaturu a mobilnej prezentácii o podpore etablovania nového web portálu a vizuálu DBR.



#### 4. VÝSTAVY VEĽTRHY A PREZENTÁCIE



V roku 2013 sa organizácia zúčastnila individuálne alebo v spolupráci so Slovenskou agentúrou pre cestovný ruch (SACR) a oblastnou organizáciou cestovného ruchu Bratislava Tourism Board (BTB) a oblastnou organizáciou Región Senec veľtrhov s účasťou odbornej a širokej verejnosti zameraných na cieľové trhy Bratislavského kraja. Prezentovala destináciu Bratislavský kraj **na medzinárodných veľtrhoch cestovného ruchu Ferien Messe Viedeň** (10.-13.1.2013), **CMT Stuttgart** (17.1.-20.1.2013), **Holiday World Praha** (7.-10.2.2013), **UTAZÁS Budapešť** (28.2.-3.3.2013), **ITB Berlin** (6.-10.3.2013), **UITT Kyjev** (jar 27.3 – 29.3.2013, jeseň 23.-25.10.2013), **WTM Londýn** (4.-7.11.2013). Ako odborný návštevník sa zúčastnila **EIBTM Barcelona** (19.-21.11.2013, prezentácia členov Slovak Convention Bureau, nakoľko aktívne spracováva incitívnu ponuku z DBR a plánuje stať sa členom SCB.

V r.2013 zabezpečila BRT prezentáciu destinácie Bratislavského regiónu na veľtrhu **Slovakiatour 2013** (24.-27.1.2013, výstavná plocha, 121m<sup>2</sup>) samostatným stánkom s novým vizuálom a programovým konceptom s cieľom odprezentovať novovzniknutú organizáciu BRT a jej členov.

Registráciu, výstavnú plochu a technickú realizáciu pre prezentáciu destinácie Bratislavského regiónu obstarala na veľtrhu **Slovakiatour 2014** (121m<sup>2</sup>).

##### Iné výstavy, veľtrhy a prezentácie 2013:



V rámci **Týždňa typickej bratislavskej regionálnej kuchyne v Budapešti** - sa uskutočnila prezentácia turistickej ponuky a regionálnej gastronómie destinácie Bratislavský kraj ( 9.9.- 17.9.2013)



50-ky najlepších fotografií bolo vytlačených na kapa doskách. Zámerom fotosúťaže bolo vťahnuť obyvateľov a návštevníkov do diania v kraji a jeho bližšieho spoznávania.

**Fotosúťaž** amatérskych fotografov **„Život v Bratislavskom regióne“** I. (12.11. - 31.12.2012) **vyvrcholila vernisážou** v bratislavskom divadle Astorka Korzo 90 s kultúrnym programom, prezentáciou tradícií vinárstva a vinohradníctva, s ukážkou sabráže (18.2.2013) Súťažilo sa v 3 kategóriach: Ľudia, Kultúra a šport, Pamiatky a architektúra. Do súťaže sa prihlásilo takmer 700 súťažných fotografií. Ocenené snímky a výber ďalšej



2.ročník súťaže **„Život v Bratislavskom regióne - Ukáž leto v kraji“** ( 1.8.- 30.9. 2013 ) s témami 1. Moje mesto, moja obec, 2. Vinárstvo a vinohradníctvo, 3. Ukáž leto v našom kraji vyvrcholil vernisážou v divadle Aréna (5.11.2013). Hodnotených bolo 500 súťažných fotografií.





Na obdobie 1.4. 2013 – 31.12.2014 je vytvorená v rakúskom zámku **Schlosshof prezentačná stena** s možnosťou priebežného dokladania informačných materiálov z bratislavského regiónu pre turistov návštevníkov zámku.



Počas podujatia „**PIKNIK Bike - Divoká voda**“ (Čunovo, 27.4.2013) sa uskutočnila prezentácia organizácie a propagačných materiálov prostredníctvom prezentačného pultu a poskytnutia vecných cien do súťaží a tiež do piknikových košíkov.



Na podujatí „**Dni Mesta Košice – Deň Európy a Slovenska**“ (Košice, 3.5.2013) sa konala spoločná prezentácia turistických atraktivít Bratislavského regiónu a vybraného vinárstva, vecné ceny v podobe pobytov poskytli top ubytovacie zariadenia Bratislavského regiónu. „**Prezentácia regionálnej gastronómie a remesiel –**



**Farmárske trhy**“ (Bratislava, 18. – 19.5.2013) poskytla prehliadku jedinečnej regionálnej ponuky s farmárskou tematikou.



Otvorenie „**Župnej jesene**“ s ponukou gastronómie a remesiel s jesennou tematikou realizovala organizácia počas „**Ružinovských hodových slávností**“ (Bratislava, 28.-29.9.2013).



V centre „**Gate to Bratislava**“ vo Viedni (prístav Twin City Liner - riečneho prepojenia Viedne a Bratislavy) má Bratislavský kraj priestor (1.11.- 31.12.2013) na svoju propagáciu formou banneru, videospotu a fotoprezentácie, letákov a brožúr.



Prezentácia atraktivít a turistickej ponuky sa uskutočnila počas „**Konferencie členov združenia Centrope**“ (Modra, Wine EleskoPark , 15.10.2013).



Prezentácia regionálnej gastronómie a remesiel s vianočnou tematikou sa uskutočnila počas podujatia „**Župná zabíjačka**“ (Bratislava, 14.12.2013).

## 5. PODPORA PREDAJA

### Fam tripy, infocesty, presstripy



V priebehu roka 2013 BRT zorganizovala alebo sa spolupodieľa na **4 infocestách novinárov poľských** (8 osôb), **českých** (7osôb) a **rakúskych médií** (5osôb) (23.-25.máj 2013), **touroperatorov z Ruska**, (12 osôb, 20.-22.6.2013), **z Ukrajiny** ( 12 osôb, 18.-20.9.2013), novinárov **z Maďarska** (10 osôb, 10.-13.5.2013). Navštívenými miestami boli Bratislava – historické centrum a SND, hrad Devín, Cyklomost slobody, Meštiacky pivovar, Malokarpatské múzeum v Pezinku, Múzeum Červený Kameň, Vinum Galeria Bozen.

Slovenská ľudová majolika, SNM

### Merkantil



(8 ks) a pánske kravaty pre účel zjednotenia vizuálu zamestnancov počas veľtrhov/výstav/prezentácií (3 ks) vo farbách loga BRT.

Propagačný materiál sa používa počas prezentácií organizácie na podujatiach a veľtrhoch tak doma ako aj v zahraničí.



## 6. PUBLIC RELATIONS

- **Nákup fotografií do databázy**



BRT sa zamerala na vybudovanie vlastného portfólia tematických fotografií turisticky atraktívnych miest v dostatočnej technickej kvalite potrebných do pripravovaných materiálov a brožúr na propagáciu Bratislavského regiónu ako aj na plnenie nového infoportálu destinácie. Zadanie tém na fotografie bolo pripravované v spolupráci s organizáciou BTB. Databáza obsahuje pestrú paletu turisticky atraktívnych miest v DBR ako aj náladové a imidžové snímky.

Databáza fotografií bola doplnená v priebehu roka 2013 o 46 fotografií za úhradu, 263 fotografií na použitie prevažne na web bolo poskytnutých pre potreby BRT bezodplatne, 287 s povolením na stiahnutie z webu na web BRT a cca 9500 záberov predstavujú vlastné fotografie z podujatí, historických pamiatok a veľtrhov.

- **Billboardová kampaň „OCHUTNAJTE“ (jesenné podujatia v Bratislavskom regióne)**



Billboardová kampaň v Českej republike v sezóne jeseň/zima 2013 bola zameraná na tému vinárstvo a vinohradníctvo regiónu ako aj tradičnú gastronómiu. Kampaň v Českej republike zabezpečila BRT v termíne od 15.9.2013 do 15.11.2013. V Dolnom Rakúsku je cieľom billboardovej kampane na vybraných miestach v termíne od 01.10.2013 do 30.11.2013 zvýšenie informovanosti zahraničných návštevníkov o ponuke podujatí Bratislavského regiónu.

- **Komunikačná podpora podujatí**



Rozhlasová kampaň na spropagovanie fotosúťaže **Život v BA regióne – ukáž leto v kraji**

prebiehala 1.8. – 30.9.2013 na stanici Europa2 orientovanej na cieľovú skupinu, ktorej je produkt fotosúťaže atraktívny. Video na podporu fotosúťaže inšpiruje k aktívnemu tráveniu voľného času v destinácii Bratislavský kraj, využíva sa na veľtrhoch a prezentáciách CR doma i v zahraničí. Súčasťou kampane bola prezentácia fotosúťaže na

najnavštevovanejšom fotoportáli [www.ephoto.sk](http://www.ephoto.sk), uverejňovanie PR článkov zameraných na podporu DBR a fotosúťaže samotnej, bannerová reklama na fotosúťaž.



Mediálna kampaň **Farmárske trhy** (1.-18.5.2013) za účelom propagácie podujatia „Farmárske trhy 2013“, ktoré sa konali v dňoch 18.-19. mája v Sade Janka Kráľa v Bratislave pozostávala z piatich paralelných aktivít (kampaň v rádiu, na sociálnych sieťach, prezentácia pomocou promo stánku, grafické podklady pre webovú kampaň na vytvorenej internetovej stránke, tlač prezentačných letákov).



Rozhlasová kampaň na podporu projektu **Objavuj poklady BA regiónu** (1.-27.4.2013) ale aj ostatných aktivít organizácie trvala od 25.3. do 27.4.2013 (110 reklamných oznamov v dĺžke 30"). Prostredníctvom interaktívnej zábavy pri hľadaní „pokladov“ mohli účastníci tejto hry spoznať kraj. Cieľom súťaže bolo: prilákať ľudí na atraktívne miesta, o ktorých možno ani nevedeli, aktívne trávenie voľného času, sprostredkovať zážitky pri hľadaní „pokladu“, hra o zaujímavé ceny. Platená inzercia bola na sociálnej sieti FB za účelom propagácie projektu s názvom „*Objavuj poklady Bratislavského kraja*“ a aktivít organizácie.

- **Informačná prezentácia**

Informačná prezentácia bola objednaná v bilingválnom lifestylevom magazíne **Air Magazine** (slovenská a anglická jazyková mutácia), ktorý vychádza v náklade 50-tisíc ks ročne. Air Magazine je distribuovaný zdarma v prevažnej miere v termináloch letísk, dostupný tiež v online verzii na internete. Inzercia prebieha počas celého roka 2013 (4 čísla). Prostredníctvom PR článkov informuje o zaujímavostiach v DBR, odkazuje na web stránku, kde sa čitatelia dozvedia viac o atraktivitách a dianí v DBR. Air Magazine je dôležitým zdrojom informovania turistov na získanie základných informácií po prilete do krajiny.

Časopis **COT Business** - mesačník zameraný na oblasť CR, distribuovaný v ČR a SR, určený pre odborníkov aj širšiu verejnosť je číslom 1. vo svojej oblasti. Jeho stránky využíva BSK a BRT už tradične na prezentáciu tipov na výlety, cyklistickej ponuky (č.5/2013), PR články zamerané na propagáciu bratislavského regiónu ako vinárskej a vinohradníckej oblasti (č.7-9/2013)

**Cestovný lexikón SR 2013/2014** poskytol priestor v rozsahu 6 strán na prezentáciu Bratislavského regiónu v 3 jazykových mutáciách - slovenskej, anglickej a nemeckej. Významná medzinárodne uznávaná publikácia, vydávaná raz ročne (máj 2013) mapuje aktuálne reálie zo všetkých slovenských krajov ako aj najväčšie zaujímavosti a tipy na výlety.

Mediálny priestor v časopise **RELAX magazín** v 3 vydaniach magazínu. (3x2- A4 strany) bol objednaný za účelom prezentácie kraja prostredníctvom uverejnenia PR článkov týkajúcich sa podujatí (aktuálne tipy na trávenie voľného času) a atraktivít DBR. Odkomunikované bolo logo a webový odkaz na destinačný infoportál organizácie. RELAX je lifestyleový magazín o zdravom životnom štýle, určený všetkým, ktorým záleží na aktívnom a zdravom spôsobe života. Náklad: 15-tisíc výtlačkov/číslo.

Inzercia v špecializovanej prílohe denníka SME s názvom **Potulky po Slovensku**, vyšla v celoslovenskom náklade 80-tisíc kusov vo formáte A4. Propagovala atraktivity a podujatia DBR, logo a destinačný infoportál organizácie.

Publikácia **Bedeker Podunajsko** je venovaná informačnej prezentácii tejto oblasti kraja v 4 jazykoch (slovenskom, anglickom, nemeckom a maďarskom). Súčasťou je dodanie publikácie na prezentačné účely DBR.

Prezentácia destinácie Bratislavského regiónu v **Bratislava City Guide - Spectacular Slovakia** (turistický sprievodca v anglickom jazyku) sprevádza zaujímavosťami a atraktivitami regiónu, obsahuje mapu, praktické informácie a dôležité kontakty. Súčasťou je dodanie publikácie pre prezentačné účely destinácie.

- **Inzercia**

Inzercia v letáku agentúry Tour4u, **Bratislava City Tours** (náklad 50-tisíc ks) komunikuje kontaktné informácie organizácie, logo a odkaz na destinačný infoportál organizácie takmer vo všetkých hoteloch, informačných kanceláriách a kultúrnych inštitúciách po celej Bratislave a okolí. TOUR4U je najväčšia incomingová agentúra operujúca v BA regióne.

Brožúra **BA City & Region Guide** (VIII.2013 – II.2014) je tradične zahraničnými turistami najžiadanejší materiál v informačných centrách a na veľtrhoch CR. Je jedinečným periodickým informačným materiálom svojho druhu, v ktorom zverejňuje organizácia aktuálne regionálne údaje o turistických informačných kanceláriách, pamiatkach, múzeách, regionálnych podujatiach a možnostiach trávenia voľného času v DBR. Vydáva sa v anglickej a nemeckej jazykovej mutácii.

Propagácia DBR prostredníctvom PR článku v mesačníku **Cestovateľ 9/2013** s rozsahom 8 strán A4 je zameraná na jesenné podujatia a atraktivity v DBR a kalendár podujatí na rok 2013. Časopis dostupný aj v elektronickej verzii aj na internete je považovaný za najvplyvnejšie médium svojej kategórie na slovenskom trhu. Prináša cestopisy, reportáže z turistických destinácií z domova i zo sveta, tipy na výlety a túry. Čitateľmi je najmä široká verejnosť vo veku od 28 do 62 rokov, odborná verejnosť z oblasti CR, služieb a školstva, turisti, cestovatelia a dovolenkári.

Prezentácia turistickej infraštruktúry DBR v knižnej a elektronickej publikácii **Hotel Guide 2014** v rozsahu: plnofarebnú plošnú reklamu v rozsahu 6 strán vrátane mapy, základných geografických informácií, kontaktných informácií a vybraných turistických atraktivít DBR má aj internetovú podobu [www.travelguide.sk](http://www.travelguide.sk). Knižný náklad publikácie je 8 000 ks.

Inzercia v turistickom sprievodcovi **Cesty Slovenskom** od spoločnosti Our Product Publishing Group z Ukrajiny a na frekventovaných ukrajinských internetových portáloch [www.bagnet.org](http://www.bagnet.org), [www.europeforguests.com](http://www.europeforguests.com), [www.ianp.com.ua](http://www.ianp.com.ua), [www.auto-portal.net.ua](http://www.auto-portal.net.ua) bola objednaná aj v súvislosti s otvorením novým priameho leteckého spojenia Bratislava – Kyjev.

- **Webbanerová propagácia**



Webbanerová propagácia Bratislavského regiónu sa realizovala na frekventovaných zahraničných cykloportáloch formou oslovenia a pozvánky na športové podujatie s medzinárodnou účasťou s názvom Stupava Trophy 2013 (27.7. - 28.7.2013)

- I. Rakúsko - [www.bikeboard.at](http://www.bikeboard.at)
- II. Maďarsko - [www.bikemag.hu](http://www.bikemag.hu)
- III. Poľsko - [www.bikeworld.pl](http://www.bikeworld.pl)
- IV. Česko - [www.mtbiker.cz](http://www.mtbiker.cz)

- **Facebooková propagácia**



Platená inzercia na sociálnej sieti facebooku sa uskutočnila za účelom propagácie podujatí Župnej jesene, kampane „OCHUTNAJTE“, propagácie projektu „Objavuj poklady Bratislavského kraja“, propagácie 2.ročníka fotosúťaže „Život

v Bratislavskom regióne – ukáž leto v kraji“ a aktivít organizácie.

BRT zabezpečila prostredníctvom zasielaných tlačových správ do tlačových agentúr a médiám ďalšie množstvo neplatených mediálnych výstupov.

## 7. TURISTICKÝ INFORMAČNÝ SYSTÉM – KOMUNIKAČNÉ NÁSTROJE



S cieľom rozšírenia základnej verzie webstránky na ďalšie jazykové mutácie (angličtina a maďarčina) s cieľom osloviť a poskytnúť informácie aj zahraničným návštevníkom prípadne



záujemcom o návštevu DBR boli zabezpečené preklady v dvoch fázach. Celkom bolo odborne preložených a následnou korektúrou doladených 182 normostrán. Kalendár podujatí preklad 22,5 normostrany do anglického a nemeckého jazyka.

V r.2013 bola spustená nemecká verzia web stránky s informáciami o projekte Destinatur, turistických atrakciách a podujatiach.

Pre účely informovania zahraničných návštevníkov, prípadne záujemcov o návštevu destinácie, bolo preložených 22,5 normostrán textu **kalendára podujatí** (angličtina, nemčina), distribuovaného na každom podujatí, do ktorého je organizácia zapojená ako partner/spoluorganizátor, prípadne na veľtrhoch, výstavách či prezentáciách doma a v zahraničí.

BRT sa podieľala na zabezpečení obstarania interaktívneho prezentačného **DVD s informáciami o Bratislavskom regióne** s ponukou programov na jeho návštevu cez projekt Destinatur 2013.

## **8.PREZENTAČNÁ TECHNIKA , INFORMAČNÝ SYSTÉM DESTINÁCIE**

- **Reklamné a marketingové predmety slúžiace na prezentáciu počas podujatí, veľtrhov, výstav a prezentácií:**
  - brendovaný outdoorový stánok s cieľom distribuovať propagačné a prezentačné materiály s rozmermi 3x3 m s príslušenstvom (bočné steny, pulty, stoličky, obaly) – 1 ks
  - prezentačné bannery s rozmermi: 3x1 m - 22 ks, 2x1 m – 2 ks, 2x1,5 m – 2 ks
  - outdoorové beachflagy - 6 ks
  - prezentačná stena s prislúchajúcim pultom s rozmermi 6 m – 1ks



- **Fotoaparát s príslušenstvom**
  - zakúpenie techniky na dokumentáciu podujatí s cieľom vytvoriť databázu fotografií na ďalšie prezentovanie činností a podujatí, na ktorých sa organizácia podieľa. Tiež ide o vytvorenie vlastnej databázy fotiek použiteľných pre tvorbu propagačných materiálov a brožúr
- **iPAD s príslušenstvom**
  - zakúpenie techniky využiteľnej ako pomôcky pri informovaní turistov/obchodných partnerov/poskytovateľov služieb v DBR/vedenia organizácie/členskej základne/potenciálnych členov/iných OCR na prislúchajúcich podujatiach, veľtrhoch, výstavách, prezentáciách, workshopoch, konferenciách, školeniach, seminároch, rokovaníach.

## **9. PODPORA TVORBY PRODUKTU A PODPORA ATRAKTIVÍT**

Organizácia sa pri každom nižšie uvedenom podujatí predstavila v úlohe partnera a spoluorganizátora. Zúčastňuje sa na podujatí formou prítomnosti jej zástupcov, ktorí napomáhajú pri realizácii a tiež vždy propaguje turistickú ponuku a ponuku atrakcií a produktov DBR prostredníctvom prezentačného outdoorového stánku s propagačnými a

prezentačnými materiálmi, prinajmenšom nepriamou účasťou prostredníctvom propagačných brožúr a materiálov:



**Zimný MTB Maratón v Bratislave (počet návštevníkov, ďalej p.n. ,cca. 6 000) 19.20.1.2013**

Zimný MTB maratón na Slovensku sa tradične koná v Stupave s trasou cez Železnú studienku a Cestu mládeže – Snežienka. Podujatie ponúka návštevníkom zimné dobrodružstvo na horských kolesách alebo pri horskom behu v okolí Bratislavy.



**10. Ročník Prvomájovej Veterán Tatra Rely (p. n. cca 5 000) 1.5.2013**

Podujatie zamerané na výstavu historických vozidiel, na ktorom si návštevníci môžu vyskúšať pohodovú jazdu Bratislavou a jej okolím a taktiež sú pre nich pripravené čerstvo upечené dobroty na pekárenskej Tatre 13.



**Vína na hrade na Červenom Kameni (p.n. cca 1 500) 4.5.2013**

V hradných pivniciach Červeného Kameňa ponúka návštevníkom svoje vína viac ako 37 vinárov z celého Slovenska. Návštevníci môžu tiež ochutnať výnimočnú gastronómiu pri dobrej hudbe a neopakovateľnej atmosfére.



**Concours Mondial de Bruxelles v Bratislave (p. n. cca 600 ) 9.-12.5. 2013**

Prestížne podujatie súťaže vinárov, ktoré sa každoročne organizuje od roku 1994. Stalo sa jedným z najväčších podujatí medzinárodného vinárskeho kalendára.



**Prvá celoslovenská vinárska výstava v Bratislave (p.n. cca 4 000) 10.- 11.5. 2013**

Výstava sa koná v bratislavskej Inchebe, kde sa návštevníci z celého Slovenska, ale aj zo zahraničia môžu osobne presvedčiť o vysokej kvalite slovenských vín, ktoré pravidelne dobývajú najvýznamnejšie svetové súťaže.



**Farmárske trhy 2013 v Bratislave (p. n. cca 12 000) 18.- 19.5.2013**

Podujatie zamerané na predaj a prezentáciu kvalitných výrobkov z regiónu: - zelenina a ovocie, strukoviny, čalamády, nakladaná zelenina, domáce víno, pivo, medovina, med, syry, výrobky z mlieka kravského, ovčieho



a kozieho, domáce koláče, záviný, mäso, mäsové výrobky ovocné šťavy, sirupy, džemy, čerstvé pečivo. Podujatie ponúka návštevníkom tiež prezentáciu zaujímavých remeselných výrobkov a služieb: - šúpoliari, keramika, kováči, paličkovanie, tkanie kobercov, maľovanie, rezbári, výroba tradičných slovenských hudobných nástrojov a množstvo ďalších.



#### **Otvorené pivnice na Sv. Urbana v Malokarpatskom regióne (p.n. cca 4 000) 24.-25.5.2013**

Deň otvorených pivníc je májovou verziou Dňa otvorených pivníc v novembri. Na trase od Bratislavy po Trnavu je otvorených viac ako 90 pivníc pre majiteľov vstupeniek. Podujatie je spojené s otvorením sezóny na Malokarpatskej vínnej ceste.



#### **Keramické trhy v Pezinku (p. n. cca 20 000) 7.-9.6.2013**

Takmer 200 keramikárov zo Slovenska, Čiech, Moravy, Slovinska, Maďarska, Bulharska či Tunisu prichádza každoročne prezentovať svoju tvorbu a výrobky z keramiky. Súčasťou podujatia je tiež výstava keramiky v Malokarpatskom múzeu v Pezinku, ukážka točenia na hrnčiarskych kruhoch, detské dielne, súťaž atď. Cieľom podujatia je podporiť remeslo, ktoré má v oblasti Malých

Karpát tradíciu už niekoľko storočí a ukázať jeho rôzne podoby.



#### **Medzinárodný bábkarský festival v Modre (p. n. cca 300) 14.6.2013**

Ojedinelé podujatie zamerané na prezentáciu domácich i zahraničných bábkových divadiel a mladých divadelníkov.



#### **Kultúrne leto a hradné slávnosti v Bratislave (p. n. cca 500 000) 14.6.-8.9.2013**

Cieľom festivalu je preniesť kultúru počas leta z kamenných budov kultúrnych domov či divadiel bližšie k divákovi priamo na námestia, nábrežia, do parkov a ulíc Bratislavy. Priblížiť ju Bratislavčanom i návštevníkom zo Slovenska i zo zahraničia.



#### **Senecké leto 2013 v Senci (p. n. cca 25 000) 15.6.2013**

Otvorenie letnej turistickej sezóny na Slnčných jazerách v Senci. Spoločensko-kultúrne podujatie s veľkolepým polnočným ohňostrojom.



#### **Korunovačné slávnosti v Bratislave (p. n. cca 80 000) 21.- 23.6.2013**

Nezabudnuteľné okamihy slávnostnej korunovácie, tak ako prebiehali v minulosti, bohatý program

- sprievod z hradu, korunovačný obrad v Dóme Sv. Martina, pasovanie rytierov na Hviezdoslavovom námestí i ohňostroj, to všetko ponúka návštevníkom podujatie s názvom Korunovačné slávnosti v Bratislave.



### **Stupavské hody (p. n. cca 5 000) 18.8.2013**

Ide o podujatie s atmosférou neskorostredovekej Stupavy a ukážka života na konci 15. storočia. Na programe je kráľovský sprievod v dobových kostýmoch po meste, slávnostné kráľovské hody v parku, dobové jedlá a špeciality, ohňová show, sokoliari, šermiari, dobová hudba a rekonštrukcia udelenia mestských privilégií kráľom Vladislavom II. Jagellovským.



### **Stupava Trophy 2013“ v Stupave (p. n. cca 12 000) 27.-28.7.2013**

Športovo-kultúrne podujatie v Stupave určené pre nadšencov cyklistiky. Bajkeri si môžu vybrať spomedzi štyroch rôzne dlhých a kvalitne pripravených trás. Okrem samotného preteku čaká na účastníkov areál maratónskej dedinky (s rozlohou 20.000 m<sup>2</sup>) a v nej program, ktorý sa postará o jedinečné chvíle prežité v Bratislavskom kraji na Slovensku.



### **Dni husaciny v Slovenskom Grobe (p.n. cca 1 000) 31.8.2013**

Zúčastnené reštaurácie ponúkajú návštevníkom husacie špeciality, lokše a iné dobroty. Určite treba ochutnať aj iné špeciality, akou sú rôzne štrúdle a plnené lokše, ale aj dobré vína z celého sveta vo Vinotéke Chateau vin na Pezinskej ulici.



### **Deň vo vinohradoch v Malokarpatskom regióne (p.n. cca 4 000) 7.9.2013**

V tento deň majú návštevníci ojedinelú možnosť zavítať do malokarpatských viníc, ochutnať nielen hrozno, ale aj víno z neho vyrobené, spoznať vinára, ktorému vinica prirástla k srdcu tak, že sa stala jeho druhým domovom. Navštíviť sa dajú vinice od Rače až po Suchú nad Parnou.



### **Dni regionálnej kuchyne v Bratislave (p. n. cca 4 000) 26.-28.9.2013**

Jedinečné podujatie na Primaciálnom námestí v Bratislave, kde sa pre návštevníkov pripravujú jedlá z domácich surovín a podľa tradičných receptov. Špičkoví kuchári zároveň prezentujú svoje umenie pri príprave sezónnych a regionálnych špecialít.



### **Otvorenie Župnej jesene – Ružinovské hodové slávnosti v Bratislave (p.n. cca 40 000) 28.-29.9.2013**

Ružinovské hodové slávnosti sú najväčším a najobľúbenejším kultúrnym podujatím. Centrum hodov – areál hier Radosť oživa desiatkami rôznorodých stánkov,



v ktorých návštevníci majú príležitosť ochutnať tradičné hodové špeciality či nakúpiť domáce výrobky regionálnych majstrov.



#### **Rusovecký beh v Rusovciach (p.n. 2 000) 29.9.2013**

Tradičné športovo-kultúrne podujatie pre nadšencov športu. Preteký sú pripravené pre mužov a ženy bez rozdielu veku.



#### **Slávnosti kapusty – Deň zelá 2013“ v Stupave (p.n. cca 50 000) 4.- 6.10.201**

Trojdnňový festival Slávnosti kapusty, ktorý sa každoročne koná prvý októbrový víkend v areáli Sedliacký dvor „Barónové“, vychádza z bohatej tradície pestovania, spracovania stupavskej kapusty a svojim zameraním podporuje udržiavanie a rozvoj miestnych regionálnych tradícií.



#### **Jablkové hodovanie v celom BSK (p.n. cca 70 000) 12.10.2013**

Jablkové hodovanie sa úspešne zaradilo medzi tradičné podujatia a do jeho piateho ročníka sa zapojilo 12 miest a obcí v celom Bratislavskom kraji. Cieľom podujatia je vytvoriť v kraji jedinečný produkt cestovného ruchu, ktorý priláka do jednotlivých miest a obcí milovníkov všakovakých dobrot upečených, uvarených a aj vyrobených z chutných jabĺk, z ovocia, ktoré si zaslúži

našu pozornosť.



#### **Deň otvorených pivníc v Malokarpatskom regióne (p.n. cca 8 000) 15.- 16.11.2013**

Deň otvorených pivníc je jedným z najobľúbenejších podujatí na Malokarpatskej vínnej ceste. Na trase od Bratislavy po Trnavu je otvorených viac ako 120 pivníc pre majiteľov vstupeniek.



#### **Župné Vianoce v Stupave (p.n. cca 15 000) 14.12.2013**

Kultúrno-spoločenské podujatie v rámci projektu Župná jeseň, ktorého cieľom je priblížiť a zviditeľniť špecifiká Bratislavského kraja. Hlavnou myšlienkou podujatia je obnovenie tradície aktívneho spoločenského prežívania obdobia adventu, spojeného v tradičnom vidieckom prostredí s obchôdzkami masiek, vinšovníkov, ľúbostnou magiou, čarami a s prípravami na sviatok narodenia Krista.



#### **Župná zabijačka v Bratislave (p.n. cca 5 000) 14.12.201**

Výnimočné podujatie, na ktorom zažijete tú pravú atmosféru zabijačkových a vianočných špecialít, pochutnáte si na regionálnych dobrotách, vychutnáte si bohatý kultúrny

program. Počas podujatia je pre obyvateľov a návštevníkov mesta možnosť zakúpiť si zabíjačkové špeciality, husi, ryby, typické regionálne špeciality, huby, med či víno a taktiež si kúpiť typické Vianočné produkty či remeselné výrobky.

## 10. TURISTICKÁ INFRAŠTRUKTÚRA

BRT obstaráva odbornú štúdiu **Značenia turistických atraktivít destinácie Bratislavský kraj novým logom**, ktorá bude slúžiť ako manuál, akým spôsobom označiť turistické atraktivity DBR a vstupné komunikácie na hranici DBR, navrhnúť presný typ tabúľ/billboardov/značiek, ich rozmery a prislúchajúcu kreativitu, ďalej získať presný popis podmienok a procesov na ich následné osadenie na vybraných lokalitách DBR.

Projekt cestovného ruchu **Via Pálffy – kultúrne dedičstvo** je prvým produktom cestovného ruchu pre celé územie DBR, ktorý sieťuje objekty kultúrneho dedičstva rodu Pálffyovcov na danom území. Zámerom je prepojiť sieť kultúrneho dedičstva Pálffyovcov s existujúcimi vybranými gastronomickými a ubytovacími zariadeniami.

Cieľom obstarania **osadenia automatickej sčítačky - počítadla prejazdu cyklistov a chodcov** je inštalovanie zariadenia na sčítanie cyklistov a chodcov na cyklomoste Slobody v DNV - Schlosshof. Zariadenie bude prinášať užitočné informácie o pohybe chodcov a cyklistov. Získané údaje budú slúžiť pri plánovaní dopravného systému v časti mesta, ktorú vyhľadávajú turisti a cyklisti nie len zo Slovenska, ale aj Rakúska a ďalších krajín.

## 11. VZDELÁVACIE AKTIVITY (konferencie, workshopy, študijné cesty)



Pracovníci BRT sa zúčastnili konferencie **Tvorba značky Slovenska** (Bratislava, 19.11.13) **workshopov Destinatur 2013** (Veľký Biel, apríl 2013, Bratislava, máj 2013) a **študijných ciest do Dolného Rakúska** (Mostviertel, apríl 2013, Wienerwald, máj 2013).

BRT spolupracovala na príprave **1.Národného workshopu projektu Transdanube** (12.6.2013), prezentovala možnosti podpory produktu CR na

konferencii **Železná opona a revitalizácia obranných bunkrov pozdĺž rieky Moravy** (14.11.2013).

**Iné aktivity:** zástupcovia BRT aktívne pracujú v pracovnej skupine pre cestovný ruch SK8, zúčastňujú odborných konferencií a stretnutí, spolupracujú s akademickou pôdou a špecializovanými fakultami pre turizmus univerzít v Banskej Bystrici a Bratislave.

## 12. INÉ AKTIVITY BRT v roku 2013

BRT je prostredníctvom výkonného riaditeľa členom **Rady Slovenskej agentúry pre cestovný ruch**. V roku 2013 sa uskutočnili tri zasadnutia (február, október, november 2013).

BRT je členom **Danube Competence Center (DCC)** na základe schválenia valným zhromaždením 26.9.2012. Platforma na spoluprácu a rozvoj podunajského turizmu združuje 52(+1) verejných, mimovládnych a podnikateľských subjektov zo všetkých podunajských krajín. Odpočet pôsobenia Bratislava Region Tourism v organizácii Danube Competence Center za rok 2013 tvorí prílohu č. 1 tohto materiálu.

### 13. MERATEĽNÉ UKAZOVATELE VÝSLEDKOV za 2013

Z porovnania štatistík možno **pozorovať pozitívny vývoj** v počte návštevníkov (+ 14,3 %) a prenocovaní (+ 11,3 %) , priemerný počet prenocovaní dlhodobo stagnuje. Výrazne rástli aj tržby ubytovacích zariadení v roku 2013 v porovnaní s rokom 2012 a to narástli o + 12,9 %. Za nárastom všetkých spomenutých ukazovateľov vidíme predovšetkým marketingové aktivity, ktoré prezentujú nie len Bratislavský región, ale aj celú Slovenskú republiku. Aktivity zamerané predovšetkým na prezentovanie regiónu na zahraničných veľtrhoch cestovného ruchu a aktivity, ktoré sa viažu na zatraktívnenie lokálnych podujatí, e-marketing spoločne s inzerciou a PR, ktoré majú potenciál a vedia prilákať záujemcov aj zo širokého okolia. To, že sa región naozaj stáva atraktívnou destináciou, možno pozorovať aj z porovnania štatistík príjazdov zahraničných návštevníkov. Najvyšší nárast v počte návštevníkov je evidentný pri návštevníkoch z Ukrajiny, USA, Rakúska a Nemecka (poradie za porovnanie 1.-3. Q 2013/2012: Ukrajina (+ 124,5 %), USA (+ 34,3 %), Nemecko, (+ 23,8 %), Rakúsko, (+ 14,0 %). **V prvej desiatke národností**, ktoré Bratislavský región navštevujú je určujúcim pozitívny nárast pri každom zo zdrojových trhov. Aktivity je nutné zameriavať na prioritné trhy, ktorými sú Česká republika, Rakúsko, Nemecko, Poľsko, Veľká Británia, Ukrajina, Rusko, ale aj na sekundárne trhy Taliansko, Francúzsko, Maďarsko, Španielsko, krajiny Škandinávie a zo vzdialených trhov z hľadiska priameho leteckého spojenia medzi Bratislavou a Viedňou najmä Čína.

Medzi perspektívne trhy vzhľadom na možnosti kempovania na Slnečných jazerách v Senci zaraďujeme krajiny Beneluxu, z pohľadu cestovateľských trendov a preferencií krajiny Škandinávie, Ázie, Južnej Ameriky a Arabského zálivu.

Cieľovými skupinami – segmentami sú (v kombinácii kritérií demografia+životný štýl)najmä:

- vekové kategórie pre city break (20-35)
- korporátna klientela a biznis trips
- rodiny s deťmi
- bezdetné páry a skupiny
- školské výlety a organizované skupiny seniorov

Produktové segmenty destinácie Bratislavský región:

- Živé dedičstvo
- Čistý pôžitok
- Leto a voda
- Blízko k prírode
- Dobrodružstvo a adrenalín
- Cool mesto
- Biznis turizmus

Zahraničnými konkurenčnými destináciami sú Praha a Stredočeský kraj, Viedeň a Dolné Rakúsko, Budapešť a župa Pest a tiež prihraničné regióny ako sú Burgenland, Dolné Rakúsko a Južná Morava. Domácou konkurenčnou destináciou z pohľadu hodnotenia infraštruktúry je oblasť Košice a okolie, resp. Košický samosprávny kraj.

**Štatistické porovnania** – cestovný ruch v Bratislavskom kraji za roky 2012 a 2013 (celoročné štatistiky za rok 2013 boli zverejnené vo Vládnej správe Štatistického úradu SR a sprístupnené až 11.3.2014)

	rok 2012	rok 2013	Zmena v %	rok 2012	rok 2013	Zmena v %	rok 2012	rok 2013	Zmena v %
Počet návštevníkov v ubyt. zariadeniach	Počet návštevníkov celkom			z toho zahraniční návštevníci			z toho domáci návštevníci		
Bratislavský kraj celkom	939 328	1 073 854	14,3	601 850	692 823	15,1	337 478	381 031	12,9
Počet prenocovaní v ubyt. zariadeniach	Počet prenocovaní celkom			z toho zahraniční návštevníci			z toho domáci návštevníci		
Bratislavský kraj celkom	1 961 389	2 184 586	11,4	1 073 480	1 193 611	11,2	887 909	990 975	11,6
Priemerný počet prenocovaní v ubyt. zar.	Priemerný počet prenocovaní			z toho zahraniční návštevníci			z toho domáci návštevníci		
Bratislavský kraj celkom	2,1	2	-4,8	1,8	1,7	-5,6	2,6	x	x
Tržby ubytovacích zariadení	Tržby ubytov. zariadení celkom			z toho zahraniční návštevníci			z toho domáci návštevníci		
Bratislavský kraj celkom	68 749 972	77 663 912	13	49 535 354	56 041 970	13,1	19 214 618	21 621 942	12,5
Čisté využitie kapacity %									
Bratislavský kraj celkom	25	26,7	6,8						
Ubytovacie zariadenia	Počet ubytovacích zariadení			Počet izieb v ubyt. zariadeniach			Počet lôžok v ubyt. zariadeniach		
Bratislavský kraj celkom	243	233	-4,12	9 826	10 206	3,9	22 406	22 681	1,2

## 14. ROZPOČET A JEHO ČERPANIE

Tabuľky obsahujú prehľadné rozdelenie aktivít spolu s rozpočtom a čerpaním jednotlivých aktivít a prevádzkové náklady za rok 2013 zahŕňali v sebe náklady na prenájom kancelárie vrátane energií, mzdy, odvody, poistenie, outsourcing služieb, leasing a akontáciu na služobné auto, spotrebný kancelársky materiál, nákup nábytku a kancelárskeho vybavenia, telefóny a mobily, internetové služby, počítače, tlačiareň, drobnú prevádzku (poplatky, kolky), stravné, poistné a cestovné náhrady zamestnancov.

Ročný plán aktivít KOČR - Turizmus regiónu Bratislava 2013								
	PLÁN AKTIVÍT - Návrh rozpočtu	Popis	schvánený rozpočet 2013			čerpanie a zostatok 2013		
			členská	dotácie bežné	dotácie kapitálové	členská	dotácie bežné aj kapitálové	ZOSTATOK z členského
2,1	Edičná a video tvorba		26 500,00 €	52 900,00 €	0,00 €	3065,20	52 900,00 €	18 434,80 €
2,2	Účastnícke a veľtrhové, výstavné a prezentačné CR		10 000,00 €	52 330,00 €	0,00 €	3 428,67 €	52 330,00 €	6 571,33 €
2,3	Podpora predaja produktu CR		8 000,00 €	8 074,00 €	0,00 €	1 720,88 €	8 074,00 €	6 279,12 €
2,4	PR aktivity		38 000,00 €	40 500,00 €	0,00 €	29 246,66 €	40 500,00 €	9 753,33 €
2,5	Turistický informačný systém		2 810,00 €	10 000,00 €	0,00 €	0,00 €	9 954,00 €	2 810,00 €
2,6	Zabezpečenie prezentačnej techniky		3 000,00 €	6 150,00 €	0,00 €	512,76 €	6 150,00 €	2 437,24 €
2,7	Podpora tvorby produktu		27 756,50 €	58 908,20 €	0,00 €	14 985,59 €	58 908,20 €	12 770,91 €
2,8	Realizácia Vzdelávacích aktivít		0,00 €	1 137,80 €	0,00 €	333,00 €	1 137,80 €	-333,00 €
2,9	Štatistiky, výskumy, analýzy mŕkvality služieb		10,00 €	9 000,00 €	0,00 €	10,00 €	9 000,00 €	0,00 €
2,1	Turistická infraštruktúra		40 000,00 €	0,00 €	15 000,00 €	0,00 €	1 596,00 €	40 000,00 €
2,11	Ďalšie aktivity financované z členských príspevkov a vlastných zdrojov		6 000,00 €	0,00 €	0,00 €	0	0,00 €	6 000,00 €
	Predbežne spolu na aktivity:		162 076,50 €	239 000,00 €	15 000,00 €	58 302,76 €	240 550,00 €	103 773,73 €



Plán prevádzkových nákladov KOČR - Turizmus regiónu Bratislava 2013								
			schválený rozpočet členské bežné	schválený rozpočet členské kapitálové	členské čerpanie - bežné	členské zostatok - bežné	členské čerpanie - kapitálové	členské zostatok - kapitálové
1	prenájom kancelárie vrátane energií		12 000,00 €	0,00 €	112 10,00	79 0,00	0	0
2	sklad na propagačné brožúry a merchanti		3 300,00 €	0,00 €	279,94	3 220,06	0	0
3	počtový program do skladu		1 000,00 €	0,00 €	0,00	1 000,00	0	0
4	mzdy, odvody, poistenie		208 300,00 €	0,00 €	1563 89,32	52 110,68	0	0
5	outsourcing služieb		40 000,00 €	0,00 €	786 19,72	-38 619,72	0	0
6	spotrebný kancelársky materiál		7 281,11 €	0,00 €	421 6,00	3 065,11	0	0
7	nábytok a kancelársky vybavenie		13 000,00 €	0,00 €	886 7,68	6 132,32	0	0
8	telefón/mobily/internet		8 000,00 €	0,00 €	306 2,38	4 937,42	0	0
9	počítače a hardware (notebooky a pod.)		7 300,00 €	0,00 €	238 9,70	4 910,30	0	0
10	kancelársky hardware (tlačiareň a pod.)		2 300,00 €	0,00 €	698,10	1 801,90	0	0
11	drobná prevádzka		1 300,00 €	0,00 €	106 7,53	43 2,47	0	0
12	stravné lístky		3 000,00 €	0,00 €	202 1,80	978,20	0	0
13	Poistenie - služobné cesty		1 100,00 €	0,00 €	0,00	1 100,00	0	0
14	cestovné náhrady (diety)		3 000,00 €	0,00 €	330 9,80	1 480,20	0	0
15	Poistenie za autá		3 000,00 €	0,00 €	312,31	4 487,49	0	0
16	Servis		1 000,00 €	0,00 €	0,00	1 000,00	0	0
17	Nafta		2 000,00 €	0,00 €	848,82	1 151,18	0	0
18	leasing - auto (nafta, servis a pod.)		9 000,00 €	11 000,00 €	0,00	9 000,00	106 19,63	3 80,33
19	rezerva		3 000,00 €	0,00 €	0,00	3 000,00	0	0
	Predbežne spolu na prevádzku:		335 881,11 €	11 000,00 €	2738 93,50	104 134,08	106 19,63	3 80,33
	Zostatok z členského 2012				230 300,00 €			
	Členské pre rok 2013				304 340,90 €			

## CELKOVÉ NÁKLADY A VÝNOSY 2013

SUMÁR 2013						
	PLÁN		ČERPANIE		ZOSTATOK	
	členské	dotácia	členské	dotácia	zostatok členské	zostatok dotácia
Zostatok z členského z 2012	230 500,00 €					
členský príspevok VUC	260 000,00 €					
Členské príspevky oocr	44 540,90 €					
Príjmy z vlastnej činnosti	0,00 €					
Ostatné príjmy	4 000,00 €					
Štátna dotácia	0,00 €	254 000,00 €				
<b>Príjmy spolu</b>	<b>539 040,90 €</b>	<b>254 000,00 €</b>				
Výdavky na prevádzku	346 881,11 €		284 513,15 €			
Výdavky na aktivity z členského	162 076,50 €		58 302,76 €			
Výdavky na aktivity z vlastných príjmov	0,00 €		0,00 €			
Výdavky na aktivity z dotácie	0,00 €	254 000,00 €	0,00 €	240 550,00 €		13 450,00 €
<b>Výdavky spolu:</b>	<b>508 957,61 €</b>	<b>254 000,00 €</b>	<b>342 815,91 €</b>	<b>240 550,00 €</b>	<b>166 141,70 €</b>	<b>13 450,00 €</b>

## PRÍLOHA 1

### Odpočet pôsobenia Bratislava Region Tourism v organizácii Danube CompetenceCenter

#### Všeobecné informácie

**Odpočet sa vykonáva na základe uznesenia č. 3 z valného zhromaždenia Bratislava Region Tourism z dňa 26.09.2012.** Zo zápisu VZ:

- „Predseda predstavenstva Bratislava Tourist Board František Stano vysvetlil členom ciele nadnárodného združenia. Informoval, že cieľom je združovanie subjektov cestovného ruchu, vzajomná spolupráca a prepojenosť a tým aj spolupráca na propagácii jednotlivých krajín, oblastí, regiónov. The Danube Competence Center (ďalej aj „DCC“) je najširšia a najaktívnejšia platforma pre spoluprácu a rozvoj podunajského turizmu. Združuje 52 verejných, mimovládnych a podnikateľských subjektov zo všetkých podunajských krajín okrem Maďarska a vzhľadom na nedávne vystúpenie SACR, už aj Slovenska. Nakoľko Slovensko z daného združenia „vypadlo“, navrhuje, aby túto funkciu prebrala krajská organizácia cestovného ruchu Bratislavského kraja v rámci trvalo udržateľného rozvoja cestovného ruchu daného územia, tvorby a realizácie marketingu a propagácie svojich členov v zahraničí, podpory kultúrneho a spoločenského života a zachovania prírodného a kultúrneho dedičstva.“
- „Nakoľko členovia valného zhromaždenia nedostali informáciu o použití členského príspevku, ktorý tam krajská organizácia vloží, navrhli, aby sa **k septembru 2013 urobil odpočet práce, resp. fungovania a prínosov členstva v The Danube Competence Center pre krajskú organizáciu a následne sa prehodnotí zmyslupnosť a potreba členstva.**“

**Odpočítované obdobie:** 15. november 2012 – 10. december 2013

#### **Finančné náklady:**

Členské: 3.000,- €/ november 2012 – december 2013

Ďalšie výdavky: Prezentácia na ITB 2013: 1.500,- €;

Mzdové náklady na pracovníka;

Výdavky spojené so služobnou cestou do Sofie na výročné valné zhromaždenie DCC 2012

Výdavky spojené s valným zhromaždením DCC v Bratislave 2013

**Pracovník poverený agendou DCC:** Mgr. Linda Bátorová, vid'. Dohoda o pracovnej činnosti č. 04/2012 na dobu od 15.11.2012 do 31.03.2014, dohodnutý rozsah týždenného pracovného času: 10 hodín

**Oficiálna webová stránka DCC:** <http://www.danubecc.org/> - obsahuje výročné správy, stanov, atď.

#### Aktivity a výstupy

- **Účast' na valnom zhromaždení organizácie Danube Competence Center v Sofii**  
Termín VZ: 3.- 5. december 2012

Miesto konania: Sofia, Bulharsko

Účasť za BRT: Ing. Alžbeta Melicharová, Ing. Mgr. Tomáš Koniar, PhD.

Program a výstupy VZ: <http://www.danubecc.org/docs/Report-of-4th-General-Assembly-in-Sofia.pdf>

- **Spoluvorba nového turistického portálu [www.danube.travel](http://www.danube.travel)**

Podieľanie sa na tvorbe nového turistického portálu ako nového marketingového kanálu krajín ležiacich na Dunaji bolo hlavnou pracovnou agendou BRT počas ročného pôsobenia v DCC. Organizácia DCC zadala okruhy tém a každý subjekt vypracoval podklady v anglickom jazyku. Redakčná rada DCC si z podkladov vybrala podľa svojho uváženia zaujímavé fakty a vytvorila na web stránke vlastné texty a obsahy. Práve táto rozhodovacia kompetencia redakčnej rady bola neraz kameňom úrazu spolupráce, nakoľko sa mnohé texty nezakladali na zaslaných podkladoch a mnohé boli ešte z čias členstva SACR, ktorá promovala aj turistické ciele mimo povodia Dunaja a Bratislavského kraja (napr. Bardejov). Webová stránka bola spustená v marci 2013 pred medzinárodným veľtrhom cestovného ruchu ITB 2013 v Berlíne, počas ktorého sa zástupcovia BRT stretli so zástupcami DCC a nejasnosti ohľadom obsahu boli odkomunikované. Najzávažnejším nedostatkom projektu webovej stránky bola neexistujúca kampaň na jej odpromovanie. BRT viackrát vyzvalo vedenie DCC k zaradeniu promo aktivít do svojho plánu a tie boli podľa ostatného VZ v Bratislave naplánované na rok 2014. Jediným komunikačným kanálom bola v roku 2013 fan page na sociálnej sieti facebook – „My danube travel“ [www.facebook.com/mydanubetravel](http://www.facebook.com/mydanubetravel). BRT si nechalo zaslať štatistiku návštevnosti webovej stránky [www.danube.travel](http://www.danube.travel), z ktorej vyplynulo, že za obdobie od 1. marca – 30. septembra 2013 bola jej návštevnosť 9.303 ľudí (zdroj: google statistics). Problémom interného a organizačného zázemia redakcie stránky je, že v počiatku sa na jej produkcii podieľala agentúra, v druhom štádiu tj. po spustení je na celú stránku jeden zamestnanec DCC, ktorý je poverený vedením aj rôznych iných projektov a prácu admina tak z objektívnych príčin nestíha. Pôvodným zámerom DCC bolo postupné spoplatnenie webovej stránky (=trvaloudržateľnosť) pre podnikateľské subjekty, ktoré na stránke inzerujú, napr. hotely, reštaurácie, turistické atrakcie. Je však otázne, či možno očakávať dopyt po inzerentoch na stránke, ktorá nebude mať dobre podchytenú redakčnú a marketingovú oblasť.

- **Workshop v Bratislave pre podnikateľské subjekty**

V súvislosti s tvorbou webovej stránky mali byť oslovené okrem štátnych, regionálnych a miestnych organizácií cestovného ruchu aj podnikateľské subjekty z krajín alebo regiónov, ktoré sú členmi DCC. Slovensko reprezentuje v DCC iba Bratislavský kraj (BRT a od marca 2013 aj BTB). BRT oslovila členov BRT a BTB ako aj všetky relevantné podnikateľské subjekty na území kraja a zorganizovala zaškolenie týchto subjektov za prítomnosti zástupcov DCC zo Srbska. Cieľom bolo vytvorenie profilov na webovej stránke a zaškolenie subjektov, ktoré si svoj profil spravujú na stránke samostatne, s technickou podporou DCC. Školenie sa uskutočnilo dňa 26. februára 2013 od 12:30 do 15:30 hod. na úrade BSK na Sabinovskej ulici, prítomných bolo 21 subjektov, ktoré si zdarma vytvorili profily (prezenčná listina viď príloha). Nie je známe, kedy chce DCC začať s plánovaným spoplatnením tejto inzercie ani aký by bol záujem subjektov. Možno iba predpokladať, že dosiaľ absentujúca marketingová kampaň webovej stránky a nedostatočná redakčná podpora - a z toho vyplývajúca nízka návštevnosť webovej stránky – by neboli momentálne dostatočnou motiváciou pre potenciálnych inzerentov.

- **Prezentácia na ITB Berlín 2013**

Organizácia DCC už v roku 2012 zorganizovala interaktívnu prezentáciu svojich členov na najväčšom veľtrhu cestovného ruchu ITB Berlín. V roku 2012 zastrešovala slovenskú

prezentáciu Slovenská agentúra pre cestovný ruch, ktorá od roku 2013 nie je členom DCC. BRT vynaložila na obdobnú prezentáciu na ITB 2013 spolu 1.500,- € a za BRT ju počas prezentácií aktívne zastupoval Dr. František Stano.

▪ **Valné zhromaždenie DCC v Bratislave**

Termín VZ: 4.- 6. december 2013

Miesto konania: Bratislava, Hotel Falkensteiner (člen BTB)

Účasť za BRT: JUDr. Ivo Nesrovnal, Ing. Alžbeta Melicharová, Ing. Mgr. Tomáš Koniar, PhD., Mgr. Linda Bátorová

Na VZ v Sofii bol ako miesto ďalšieho konania navrhnutý prístupujúci člen Bratislavský kraj. Organizácie BRT a BTB prevzali organizačnú záštitu nad VZ v Bratislave a okrem samotného rokovania predstavili región aj neformálnym večerom v Elesko Wine Park. Hlavným programom rokovania na VZ bola finančná správa a prehľad aktivít za rok 2013 a plán aktivít a financií na rok 2014. Hostí VZ (70 hostí z 10 krajín) privítal aj predseda BRT Ivo Nesrovnal a predseda BTB František Stano. Konkrétne výstupy VZ budú známe koncom decembra 2014.

Spracovala: Mgr. Linda Bátorová  
linda.batorova@tourismbratislava.com