

SPRÁVA O ČINNOSTI

KRAJSKEJ ORGANIZÁCIE CESTOVNÉHO RUCHU
TURIZMUS REGIÓNU BRATISLAVA / BRATISLAVA REGION TOURISM

V ROKU 2021



OBSAH

ZÁKLADNÉ INFORMÁCIE	5
Názov organizácie: Turizmus regiónu Bratislava / Bratislava Region Tourism / BRT....	5
ÚVOD	6
A. Prehľad aktivít	7
1. MARKETING A PROPAGÁCIA	7
Edičná a video tvorba.....	7
Edičná a video tvorba.....	7
TLAČ MATERIÁLOV	7
Výstavy, veľtrhy cestovného ruchu a prezentácie	7
Nákup mediálneho priestoru, reklamné plochy.....	8
Infocesty, fam a press tripy	9
Marketing turistickej karty	9
2. ČINNOSŤ Turistických informačných centier	9
3. Tvorba a prevádzka rezervačného systému	10
4. TVORBA A PODPORA udržateľných PRODUKTOV CESTOVNÉHO RUCHU.....	11
5. PODPORA ATRAKTIVÍT DANEJ LOKALITY	13
6. INFRAŠTRUKTÚRA CESTOVNÉHO RUCHU	14
7. Zabezpečenie strategických, koncepčných a analytických dokumentov, štatistík a prieskumov.....	14
9. VZDELÁVACIE AKTIVITY (AKTIVITY, WORKSHOPY A ŠTUDIJNÉ CESTY).....	15
10. CEZHRANIČNÉ PROJEKTY FINANCOVANÉ Z PROGRAMU INTERREG SK-AT	16
B. Štatické ukazovatele	16
C. ROZPOČET, JEHO ČERPANIE a hospodárenie organizácie	20

ZÁKLADNÉ INFORMÁCIE

Názov organizácie:	Turizmus regiónu Bratislava / Bratislava Region Tourism / BRT	
Deň vzniku organizácie:	15. 2. 2012	
Právna forma:	krajská organizácia cestovného ruchu	
Zapísaná v:	Registri organizácií cestovného ruchu, č.sp. 08557/2012/SCR	
Sídlo:	Sabinovská 16, 820 05 Bratislava	
IČO:	42259967	
DIČ:	202347665	
Predseda organizácie:	Ing. Tomáš Zajac	(od 01.06.2018)
Výkonný riaditeľ:	MUDr. František Stano	(od 01.09.2019)
Zakladatelia / členovia:	Bratislavský samosprávny kraj	
	Sabinovská 16, 820 05 Bratislava	(od 13.02. 2012)
	Bratislavská organizácia cestovného ruchu	
	Primaciálne nám. 1, 814 99 Bratislava	(od 13.02.2012)
Členovia:	Región Senec	
	Nám. 1. mája 4, 903 01 Senec	(od 03.04.2012)
	Malé Karpaty	
	Štúrova 59, 900 01 Modra	(od 29.12 2015)
	Oblasťná organizácia cestovného ruchu Záhorie	
	Obecný úrad Smrdáky, 906 03 Smrdáky 181	(od 13.02.2012)

člen	členský príspevok v EUR	vyjadrené v %
Bratislavský samosprávny kraj	503.000,00	79,336 %
Bratislavská organizácia CR	107.490,00	16,954 %
Región Senec	8.800,00	1,388 %
Malé Karpaty	6.000,00	0,946 %
OOCR Záhorie	8.722,00	1,376 %
SPOLU	634.012,00	100,000 %

Internetové stránky: www.bratislavaregion.travel
www.facebook.com/bratislavaregion.travel
www.instagram.com/bratislavaregion.travel

ÚVOD

Krajská organizácia cestovného ruchu Turizmus regiónu Bratislava / Bratislava Region Tourism (ďalej aj „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 zo dňa 15.2.2012. Jej poslaním je vytvárať adekvátne podmienky na rozvoj cestovného ruchu na území kraja/ regiónu, chrániť záujmy svojich členov a primerane podporovať ich aktivity. Na základe jej určených práv a povinností vykonávala aktivity, ktoré boli v súlade s koncepčnými materiálmi Bratislavského samosprávneho kraja a s prioritami stanovenými v žiadosti o poskytnutie dotácie na podporu projektov rozvoja cestovného ruchu MDV SR na rok 2020.

Činnosť organizácie bola zameraná primárne na realizáciu marketingových a PR aktivít, spoluorganizovanie infociest, prezentáciu na domácich a zahraničných výstavách a veľtrhoch a iné. Medzi prioritné oblasti podpory cestovného ruchu patrí aj podpora rozvoja produktov v jednotlivých subregiónoch na území členských oblastných organizácií. Pre rok 2020 bol prvýkrát stanovený ako ťažiskový cieľ zlepšenie dostupnosti produktu CR, prepájanie jednotlivých produktov ako aj lokalít udržateľnou dopravou. Pandemická situácia významne poznačila jeho realizáciu aj v r. 2021. Na druhej strane sa do popredia dostala téma udržateľnosti ako takej, čo do značnej miery ovplyvnilo charakter realizovaných aktivít.

Rok 2021 predstavoval pre BRT desiaty rok existencie a bol poznačený významnými obmedzeniami v súvislosti s pandémiou Covid-19 a celkovou nepredvídateľnosťou jej priebehu, čo spôsobilo pokračovanie prepadu výkonov v sektore cestovného ruchu, ktorý bol v r. 2020 jedným z najviac zasiahnutých sektorov ekonomiky. V roku 2021 sa riadne zasadnutie valného zhromaždenia členov BRT uskutočnilo dvakrát a to 9. marca 2021 a 21. decembra 2021, v oboch prípadoch formou korešpondenčného hlasovania v zmysle protipandemických opatrení. Krajská organizácia mala ku dňu 31. decembra 2021 v trvalom pracovnom pomere 17 zamestnancov, z toho 3 na materskej/otcovskej dovolenke a .

Činnosť BRT bola financovaná z členských príspevkov (634.012,00 €) a štátnej dotácie MDV SR, ktorá bola schválená v plnej požadovanej výške (440.000 €). Z dôvodu mnohých obmedzujúcich opatrení a okolností súvisiacich s pandémiou Covid-19 bolo čerpanie prijatej dotácie vo výške 89 %, pričom z dôvodu oneskoreného schválenia a pripísanie dotačných prostriedkov na účet BRT (po 1. auguste) bolo v zmysle platnej legislatívy umožnené ich čerpanie v predĺženom termíne do 31.3.2022. Niektoré aktivity plánované na rok 2021 sa tak realizovali až na začiatku roku 2022, ale vecne sú vyhodnotené v tejto ročnej správe. V prehľade aktivít (nižšie) je, na rozdiel od dotácie, uvedené použitie vlastných prostriedkov v termíne do 31.12.2021.

A. PREHĽAD AKTIVÍT

1. MARKETING A PROPAGÁCIA

Dotácia:	277.900,00 EUR
Čerpanie (do 31.3.2022):	272.277,12 EUR
Čerpanie vyjadrené v %	97,98 %
Vlastné prostriedky (čerpanie do 31.12.2021):	14 269,82 EUR

EDIČNÁ A VIDEO TVORBA

Pre pandemickú situáciu bola aj v r 2021 spotreba štandardných propagačných materiálov výrazne nižšia, v cudzích jazykoch takmer žiadna, napriek očakávaniu, že od leta sa bude pandemická situácia normalizovať, čo sa nestalo. Preto sa nerealizovala tvorba nových druhov tlačovín. Len v jednom prípade sme využili už existujúci /tul u vydavateľa maľovaných máp; s úpravou grafiky a menšími korekciami na mieru sme zaobstarali obojstrannú mapu Malého Dunaja a príľahlého územia zameranú na potreby účastníkov splavov.

V činnos/ Tvorba audio-vizuálnych diel sa podľa plánu zrealizovali 4 špecializované 360° videospoty pre VR zariadenie (headset), prezentujúce 4 destinácie Bratislavského regiónu.

EDIČNÁ A VIDEO TVORBA

BRT od marca 2020 po prvýkrát prijala do pracovného pomeru kvalifikovaného grafika, preto bol rozpočet pre túto činnosť výrazne nižší ako v minulých rokoch.

V položke Kreatívne služby sa v zmysle finančného i časového plánu realizoval koncept brandingu a architektonicko-dizajnerský návrh na adaptáciu lodného kontajnera na mobilné prezentačné zariadenie a z neho sa odvíjajúci komunikačný koncept projektu s názvom **Len na skok** v rámci road show realizovanej na začiatku letnej sezóny.

TLAČ MATERIÁLOV

Po vlaňajšom pilotnom projekte (Pezinok) sa pokračovalo ďalšou mapou (Modra) z novej série orientačných máp centier miest v regióne v kombinácii s informáciami o atraktivitách v bezprostrednom okolí. Pre malú spotrebu skladových zásob propagačných materiálov z dôvodu pretrvávajúcej pandémie sa realizovala najmä tlač materiálov využívaných pri realizovaných aktivitách (podujatia, roadshow).

VÝSTAVY, VEĽTRHY CESTOVNÉHO RUCHU A PREZENTÁCIE

Vzhľadom na zrušenie veľtrhov bolo v zmysle projektu realizované pojazdné prezentačné zariadenia prestavbou použitého lodného kontajnera, s ktorým (opačne ako pri

veľtrhu) je možné ísť za potenciálnym návštevníkom a osloviť ho netradičným spôsobom. Architektonicko-dizajnová prestavba aj hlavný účel využitia počas kampaňovej road show po Slovensku boli realizované podľa plánu v intenciách projektového zámeru, vrátane prezentácie 360° videospotov vo VR zariadení.

Kontajner bol využitý aj na prezentáciu produktovej ponuky v rámci destinácie (podujatie SIAF letecké dni) resp. počas 6 mesiacov v spolupráci s členskou OOCR BRATISLAVA TOURIST BOARD ako mobilné informačné centrum na turisticky frekventovanom mieste pod hradom Devín, kde už niekoľko rokov chýbajú informačné služby.

ONLINE MARKETING

Aktivity v oblasti online marketingu je možné rozdeliť na dve základné oblasti: sezónne krátkodobé kampane a priebežná komunikácia v sociálnych médiách. V závislosti od pandemických obmedzení boli zrealizované dve intenzívne online kampane so zameraním na bannerovú reklamu - jedna v plánovanom termíne pred začiatkom letnej sezóny, ktorá bola spojená s roadshow po Slovensku a cielená na cieľové skupiny v regiónoch, podľa jednotlivých zastávok na roadshow. Čiastočne bola prepojená aj s paralelne prebiehajúcou kampaňou v regionálnych rádiách. Druhá online kampaň, pôvodne plánovaná na jeseň sa pre pandemické obmedzenia nerealizovala a bola presunutá na jar 2022 tesne po opätovnom otvorení prevádzok. S názvom Jarná ochutnávka letných zážitkov bola zameraná na propagáciu a predstavenie nových produktov udržateľnej mobility, ktoré majú zlepšiť dostupnosť produktov CR v destinácii. Druhou oblasťou bola priebežná celoročná komunikácia na profiloch sociálnych médií. Personálnym posilnením bolo dosiahnuté vo vlastnej réžii podstatné zvýšenie frekvencie pravidelného nasadzovania a kvalita príspevkov, prispôsobené možnostiam v čase pandemických obmedzení. V menšej miere ako predchádzajúci rok sa pracovalo s externými partnermi (influencerami). Tematické zameranie obsahu ako aj zacielenie bolo výhradne na DCR. Dotačné prostriedky z projektu 2021 boli použité v marci 2022 aj na predsezónnu kampaň Ochutnávka letných zážitkov spojenú s témou udržateľnej mobility.

Aj v r. 2021 pokračovala spolupráca s bratislavským letiskom. Platená služba prednastaveného automatického zobrazenia www.bratislavaregion.travel po pripojení sa na wifi sieť v priestoroch letiska nebola fakturovaná počas obdobia, kedy bolo letisko uzavreté z dôvodu zastavenia letov pre pandémiu.

NÁKUP MEDIÁLNEHO PRIESTORU, REKLAMNÉ PLOCHY

Obsah komunikácie a mediálnych kampaní bol v čase pandémie takmer výhradne zameraný na DCR a propagáciu regiónu ako all inclusive destinácie so širokým spektrom možností a zážitkov, kde je všetko len na skok. 100% rozpočtovaných prostriedkov na rozhlasovú reklamu a 60 % prostriedkov na ostatné médiá (vonkajšia reklama) bolo použitých v rámci hlavnej kampane naviazanej na letnú roadshow po Slovensku. V miestach jej zastávok

boli zakúpené reklamné plochy na billboardoch a citylightoch. 40 % rozpočtu na ostatné médiá bolo použitých na inzerciu v tlačенých periodikách.

INFOCESTY, FAM A PRESS TRIPY

Táto oblasť práce bola už druhý rok jednou z najviac pos/hnutých mimoriadnou situáciou a v roku obmedzení a uzavretých hraníc sa v spolupráci so Slovakia Travel iba tri presstripy pre maďarských, českých a poľských novinárov.

MARKETING TURISTICKEJ KARTY

Na základe ohody medzi BTB, Úradom BSK a Bratislava Region Tourism prebrala KOČR od r. 2020 spolufinancovanie nákladov na kartu od BSK a akvizícia nových partnerov karty ako aj ich technická a marketingová podpora sa rozdelila podľa územnej príslušnos/ medzi BTB (zľavy na území mesta) a BRT (zľavy na území regiónu mimo mesta). Za týmto účelom je uzatvorená zmluva o spolupráci medzi BRT a BTB. Ak/vita nadväzuje na nákup čítačiek zľavových kariet v r. 2019 a ich distribúciu subjektom zapojených do destnačnej karty. Začiatkom roka bola v zmysle tejto zmluvy z prostriedkov dotácie spracovaná a vytlačená mapa karty. Pandemické obmedzenie resp. zastavenie poskytovania väčšiny služieb z dôvodu mimoriadnej situácie znížilo použiteľnosť a teda aj predaj karty na minimum.

2. ČINNOSŤ TURISTICKÝCH INFORMAČNÝCH CENTIER

Dotácia:	21.000,00 EUR
Čerpanie (do 31.3.2022):	18.614,34 EUR
Čerpanie vyjadrené v %	88,64 %
Vlastné prostriedky (čerpanie do 31.12.2021):	136.473,71 EUR

PREVÁDZKOVÉ NÁKLADY, NÁJOMNÉ

BRT má od marca 2019 v prenájme od mestskej spoločnos/ spravujúcej osobné prístavy vo Viedni priestory pre turis/cké informačné centrum s nekomerčným nájomným. Exkluzívna lokalita v centre mesta na Schwedenplatz, významnom prestupovom uzle, v novej prístavnej budove (Schiffsstation). Za 10 rokov jej existencie sa stalo toto miesto symbolom s ikonickou gastronómiou (Mozo am Fluss) a prepojením s Bratislavou cez Twin City Liner (niekoľkometrový signálny nápis Bratislava viditeľný vodne i v noci). Budovou prejde ročne do 150 tisíc pasažierov Twin City Linera, desaťtisíce pasažierov lokálnych výletných lodí na okružné plavby po Viedni (väčšinou zahraniční návštevníci Viedne) a do Wachau a desaťtisíce návštevníkov reštaurácie. Priestory TICu sú verejne prístupné deň - noc (do záverečnej

reštaurácie). Spolu so susediacou reštauráciou sú vhodným miestom aj pre komorné podujatia v atrakvnom a u Viedenčanov (aj novinárov) obľúbenom prostredí (napr. tematické prezentačné podujatia pre médiá, cestovné kancelárie, verejnosť zamerané na podporu produktu (sezónne), vrátane organizácie tlačových konferencií). Priestory TICu poskytujú aj možnosti pre pasívnu prezentáciu - veľkoplošné vizuály na zachytenie pozornosti, stála dostupnosť reklamných tlačovín vrátane logistiky dopĺňania, ako aj veľkoplošná SMART obrazovka. Väčšina nákladov na prevádzku TIC, vrátane personálnych, sa pokrýva vlastnými zdrojmi KOČR, z dotácie sa financuje iba nájom a sprievodné služby. V rámci benchmarku a z pohľadu "hodnoty za peniaze" je vhodné aj porovnanie nákladov na celoročnú prevádzku TICu s prítomnosťou osobnej asistencie 7 dní v týždni, ktoré nedosahujú ani dvojnásobok nákladov na 4-dňovú prezentáciu destinácie vo Viedni počas januárového veľtrhu CR Ferien-Messe. Z tohto pohľadu je aj udržanie etablovaného atrakvneho miesta za nekomerčný nájom počas pandémie a zníženej návštevnosti investíciou do budúcnosti.

INFORMAČNÁ DEBARIERIZÁCIA TIC

BRT od roku 2020 zastrešuje systém distribúcie informácií o ponuke a logistiku zásobovania 10 TIC v regióne z jedného miesta (KOČR) s cieľom efektívne distribuovať informácie o dostupných produktoch a službách naprieč celým regiónom aj medzi destináciami navzájom. Služba organizovaná BRT je zároveň podporou menších členských OČR a ich TIC, ktoré nemajú kapacitu zabezpečiť ju vo vlastnej réžii. V roku 2020 KOČR zabezpečila a dodala do TICov aj väčšie mobilné stojany na jednotnú prezentáciu destinácie ako aj bezdotykové dezinfekčné stojany s náplňami a ochranné rúška. Z dotácie 2021 boli dokúpené ďalšie 4 stojany na prospekty a dva dezinfekčné bezdotykové stojany pre potreby TIC v regióne.

3. TVORBA A PREVÁDZKA REZERVAČNÉHO SYSTÉMU

Dotácia:	0,00 EUR
Čerpanie (do 31.3.2022):	0,00 EUR
Čerpanie vyjadrené v %	
Vlastné prostriedky (čerpanie do 31.12.2021):	0,00 EUR

Pandémia ochorenia covid-19 spustila reťazovú reakciu rozpadu existujúcich hospodárskych štruktúr na globálnej i lokálnej úrovni a najviac postihnutými sú práve služby v CR. Ich obnova a reštrukturalizácia bude v lokálnej ekonomike spojená s dôrazom na lepšie využitie lokálnych zdrojov a podporu zapájania miestnych podnikateľov. Pretrvávajúce

epidemiologické riziká a ochranné opatrenia si sú dôvodom vzniku nových riešení, ktoré napomáhajú tzv. kontrolovanému cestovnému ruchu. Z týchto dôvodov bol vytvorený jednoduchý rezervačný a predajný systém (e-shop s platobnou bránou) na destinačnom portáli, ktorý z pohľadu ekonomiky priblíži konkrétny tovar (regionálny produkt) alebo službu potenciálnemu spotrebiteľovi s možnosťou okamžitého rozhodnutia pre jeho nákup na online platforme. Z pohľadu nevyhnutného zavádzania nástrojov kontrolovaného CR umožní rezervačný systém regulovaný prístup ku mnohým atraktivitám, kde existuje požiadavka obmedzovania resp. regulovania návštevnosti tak, aby nedochádzalo k neželanej koncentrácii osôb z hygienického hľadiska. V prvom roku a počas mnohých obmedzení bol rezervačno-predajný nástroj nasadený a úspešne odskúšaný na jedinom produkte počas letných mesiacov - zážitkovej degustácie na račanskom vinohradníckom chodníku.

4. TVORBA A PODPORA UDRŽATEĽNÝCH PRODUKTOV CESTOVNÉHO RUCHU

Dotácia:	106.100,00 EUR
Čerpanie (do 31.3.2022):	82.700,98 EUR
Čerpanie vyjadrené v %	77,95 %
Vlastné prostriedky (čerpanie do 31.12.2021):	9.996,00 EUR

Cieľom tejto aktivity bola podpora fungujúcich regionálnych produktov CR a ich udržateľnosť, ako aj tvorba nových produktov, ktoré podporujú identitu a tvorbu značky regiónu. Hlavnými témami sú v rámci vidieckeho CR regionálne tradície, história, gastronómia, pôdohospodárstvo a remeslá. Zohľadňujúc potrebu udržateľnej mobility je v bratislavskom regióne potreba spájať rozvoj vidieckeho CR aj s rozvojom cyklistickej a vodnej turistiky ako aj prepájaním jednotlivých atraktivít udržateľnou hromadnou dopravou s cieľom obmedziť individuálnu motorovú dopravu. Na podporu mestského turizmu sa pozornosť zamerala na podporu vlajkových kultúrnych podujatí a produktu Korunovačná Bratislava.

UDRŽATEĽNÝ CR VIDIECKY/ZELENÝ

Z naplánovaných činností v projekte sa v plnom rozsahu zrealizovala revitalizácia JZ-brehu Slniečnych jazier v Senci v spolupráci s členskou OOCR Región Senec. Plánované vytvorenie nových výletných okruhov na Záhorí sa nepodarilo zrealizovať z dôvodu nedostatočnej podpory zo strany dotknutých obcí z dôvodu sprísnených podmienok pohybu na území vojenských lesov. V oblasti strategických projektov udržateľného CR sa nepostúpilo v oblasti budovania domčekov na stromoch, ale v oblasti rozvoja campingu/caravaningu. Bola spracovaná koncepcná štúdia potenciálu rozvoja externým dodávateľom, ktorý sa

vyprofiloval na trhu ako kľúčový riešiteľ tejto zanedbávanej oblasti. Na podporu tradičného remesla sme sa v tomto roku zamerali aj na včelárstvo (jedinečný skanzen v regióne Senec) a v rámci jeho propagácie sme v spojitosti s udržateľnosťou a elimináciou odpadu počas turistických aktivít (napr. splavov) zakúpili jedinečný produkt včelobal z produkcie lokálneho výrobcu na osvetovo-propagačné účely.

V rámci podpory zeleného a ekoturizmu BRT dlhodobo spolupracuje s organizátormi festivalu Ekotopfilm-Envirofilm. Aj v roku 2021 sa prevažná časť festivalu presunula do online prostredia.

DESTINAČNÉ - REGIONÁLNE A LOKÁLNE PRODUKTY

Činnosť tejto podkapitoly boli zamerané na produkty podporujúce hlavné atribúty značky s potenciálom čo najdlhšej, ideálne celoročnej ponuky. Malé Karpaty – vinárstvo, husacina, keramika, baníctvo; Senecko - fenomén vody a jej vplyv na ovocný raj (dobré jablká, ale aj jahody, čerešne, čučoriedky, hrušky), včelárstvo/med, Záhorie - kapusta, huby, pivo, víno, levanduľa. Produkt Kráľovstvo husaciny bol podporený kultúrno-propagačnými ak/vitami pri zahájení hlavnej sezóny (deň otvorených dverí). V čase zavretých prevádzok bolo jedinou možnosťou online objednávanie husaciny a rozvážka ku objednávateľom. Na podporu tohto produktu ako aj na propagačné účely boli vyrobené papierové tašky pre členov Cechu husacinárov.

Ovocný raj v Podunajsku bol z pohľadu realizovaných činností modifikovaný z dôvodu pandémie. Plánované ak/vity na podporu návštevy lokality a samozberu ovocia nebolo možné zrealizovať, zamerali sme sa na propagáciu produktu formou vytvorenia prezentačných balíčkov sušeného ovocia. Podpora lokálnych produktov sa z pohľadu sezónnosť a jedine letných mesiacov, kedy neboli výrazne obmedzenia a uskutočnilo sa niekoľko podujatí, mohla realizovať najmä v plánovanom rozsahu. Novinkou bola spolupráca s Geoparkom Malé Karpaty, kde sme realizovali tlač prezentačno-propagačných materiálov do stálej expozície geoparku v Ekocentre v Stupave a v kultúrnom centre v Pezinku.

PREPRAVNÉ SLUŽBY

Udržateľná mobilita v destinácii sa stala pre BRT aj v spolupráci s BSK kľúčovou prioritou. Nadviazaním na BSK-financované projekty turistický vlak Záhoráčik a cyklobus Malokarpatský expres mali byť nové spojenia (napr. od žel. stanice ku atrakčii) a výletné okruhy zlepšujúce dostupnosť produktu realizované z dotácie. Kvôli obmedzeniam sa niektoré nepodarilo zrealizovať z dôvodu nejasného vývoja pandémie, tento typ aktivity vyžaduje dlhodobejšie plánovanie aj propagáciu. Problém bol aj na strane dodávateľov služieb, ktorí počas pandémie neposkytovali služby (napr. odhlásii vozidlá kvôli paušálnym poplatkom, poisteniam). Na začiatku roka sme pri dvoch osloveniach 7 subjektov nedostali ani jednu cenovú ponuku. Počas uvoľnenia obmedzení v letných mesiacoch zaznamenal úspech produkty s atraktívnym Prešporáčikom na račanskom vinohradníckom chodníku (júl-september) a neskôr aj na Adventnom korze v centre Bratislavy (december). Zároveň sa pripravili pre sezónu 2021 nové okruhy na území Bratislav-Rača, Malých Karpát a Regiónu

Senec, ktoré sa spracovali do mapovej aplikácie (storymapy) a budú slúžiť na podporu produktu.

UDRŽATEĽNÝ CR MESTSKÝ / HORSKÝ

Počas letných mesiacov sa podarilo zorganizovať VIVA MUSICA! Festival v naplánovanom rozsahu a v čase obmedzenej kultúry zaznamenal veľký záujem a úspech. Rovnako aj Bratislavské džezové dni. Do podpory korunovácií sme sa nestihli zapojiť z dôvodu preloženia ich plánovaného termínu hlavným mestom na skorší termín, o čom sme boli neskoro informovaní. Dodatočne sme však tému mesta živej kultúry podporili zakúpením propagačného produktu SND zameraného na detského diváka s cieľom podporiť záujem o návštevu divadla u mladšej generácii prostredníctvom detí.

5. PODPORA ATRAKTIVÍT DANEJ LOKALITY

Dotácia:	14.000,00 EUR
Čerpanie (do 31.3.2022):	13.920,00 EUR
Čerpanie vyjadrené v %	99,43 %
Vlastné prostriedky (čerpanie do 31.12.2021):	200 EUR

LEISURE / VOĽNOČASOVÉ AKTIVITY

Cieľom podaktivity je koordinovaný rozvoj produktu a vytváranie synergií medzi subjektami v regióne a ich vzájomné prepojenie s cieľom vytvárania komplexných zážitkových balíčkov pre návštevníka, aj čoraz populárnejšou formou tematických ciest, obsahujúcich široké spektrum ponuky z viacerých oblastí (história, kultúra, pútnictvo, regionálny produkt, vodné, pešie a cyklo cesty). Kľúčovou činnosťou bolo vytvorenie inovatívnych nástrojov e-marketingu na báze moderných technológií - mapových aplikácií, ktoré plnia funkciu prehľadného spracovania komplexnej ponuky vo forme vrstiev na mapovom podklade. Ako webová stránka je optimálna na plánovanie, ako aplikácia - storymapa (v smartfóne, tablete) plní funkciu praktického sprievodcu priamo v teréne s funkciou online navigátora a informátora o dostupných atraktivitách a službách zároveň. Cieľom je vytvoriť širšiu ponuku, pokrývajúcu viac tém i území jednotnou formou - rovnakým nástrojom e-marketingu. Zámer sa podarilo zrealizovať v plánovanom rozsahu.

Súčasťou sieťovania a zároveň podpory komplexného produktu atraktívneho aj pre dovolenkový pobyt s nadpriemernou dĺžkou prenocovania bola podporovaná turistická informačná karta Bratislava Card City & Region, ktorá obsahuje veľké množstvo zliav ale aj bezplatných atraktivít. Jednak formou komunikačných aktivít (online) ale aj formou

poskytnutia možnosti získať bezplatnú 72-hodinovú kartu ako bonus pri ubytovaní sa na viac ako tri noci. Spomedzi ubytovacích zariadení - členov OOCR - sa do spolupráce zapojili tri 4hviezdičkové hotely v Malých Karpatoch. Pri veľmi obmedzenej prevádzke medzi lockdownami nedosiahla táto aktivita očakávaný úspech.

ZABEZPEČENIE A OBNOVA ŠPECIFICKÉHO MAJETKU/ATRAKTIVITY

V zmysle projektu bol zrealizovaný jeden fotopoint na Zochovej chate s motívom historických miestnych osadníkov Huncokárov. Umiestnený bol do novo sa tvoriaceho huncokárskeho skanzenu.

6. INFRAŠTRUKTÚRA CESTOVNÉHO RUCHU

Dotácia:	0,00 EUR
Čerpanie (do 31.3.2022):	0,00 EUR
Čerpanie vyjadrené v %	
Vlastné prostriedky (čerpanie do 31.12.2021):	6.351,75 EUR

ÚDRŽBA TURISTICKÝCH CHODNÍKOV

Krajská organizácia cestovného ruchu prvýkrát prevzala od BSK ročnú údržbu značenia peších turistických chodníkov.

INFRAŠTRUKTÚRA PRE CYKLISTOV

Krajská organizácia cestovného ruchu zabezpečovala údržbu a servis cyklosčítacích zariadení na území BSK.

7. ZABEZPEČENIE STRATEGICKÝCH, KONCEPČNÝCH A ANALYTICKÝCH DOKUMENTOV, ŠTATISTÍK A PRIESKUMOV

Dotácia:	15.000,00 EUR
Čerpanie (do 31.3.2022):	0,00 EUR
Čerpanie vyjadrené v %	0 %
Vlastné prostriedky (čerpanie do 31.12.2021):	300,00 EUR

Vzhľadom na pomerne obmedzené a málo štrukturované oficiálne štatistické údaje ŠÚ SR plánuje BRT zaviesť vlastné štatistické zisťovanie zamerané najmä na analyzovanie pohybu turistov v destinácii a skúmanie vzťahov medzi návštevnosťou jednotlivých atraktivít a vonkajšími faktormi. Na získavanie dát bude využitá úplne nová metodika postavená na modernej technológii získavania exaktných (online!) dát. Základom je inštalácia špičkových interiérových a exteriérových kamier s online napojením na server, ktoré dokážu zaznamenávať počet osôb v určitom rádiuse, ale aj identifikovať jednotlivca ako jedinečný odlišiteľný subjekt, rozlíšiť pohlavie, emóciu, ale aj teplotu tela. Jedinečné know-how tejto technológie je postavené na spôsobe kryptovania personálnych údajov formou, ktorá neumožňuje ľudskej obsluhu žiaden stupeň ich spätného rozpoznania a spĺňa požiadavky GDPR compliance.

Vzhľadom na mimoriadnu situáciu v dôsledku pandémie, ktorú sme už pre rok 2021 nepredpokladali a úplne anomálny stav z pohľadu pohybu návštevníkov, ktorí boli viac obyvateľmi ako turistami, sme sa rozhodli oddialiť štart plánovanej aktivity inovatívneho zberu dát. Nezдалo sa nám relevantné pre ďalšie porovnávanie zozbieraných údajov v ďalších rokoch mať ako východiskový stav úplne neštandardný pohyb osôb na vytypovaných zberných miestach. Rozpočtované prostriedky plánované na samotný zber dát počas r. 2021 by boli neefektívne použité, bez želaného významu v zmysle zdôvodnenia vyššie. Po znormailizovaní situácie sa k tejto aktivite plánujeme vrátiť..

9. VZDELÁVACIE AKTIVITY (AKTIVITY, WORKSHOPY A ŠTUDIJNÉ CESTY)

Dotácia:	6.000,00 EUR
Čerpanie (do 31.3.2022):	3.802,73 EUR
Čerpanie vyjadrené v %	63,38 %
Vlastné prostriedky (čerpanie do 31.12.2021):	718,66 EUR

V rámci tejto aktivity nebola aj v tomto roku z dôvodu protipandemických obmedzení už druhýkrát realizovaná regionálna konferencia CR. Namiesto nej sme pripravovali úvodný workshop o udržateľnom turizme a po prvom uvoľnení opatrení sa ho podarilo zrealizovať v marci 2022, s nižším rozpočtom, ako bol plánovaný na konferenciu. Vzdelávacie aktivity zamestnancov zamerané na zlepšenie zručnosk v online marketingu boli realizované formou online vzdelávacích kurzov od renomovanej medzinárodnej platformy Udemy.

BRT podľa potreby poskytuje informácie o inštitucionálnom zabezpečení cestovného ruchu na národnej a regionálnej úrovni zainteresovaným subjektom, 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 a pod. Zároveň BRT na požiadanie poskytuje poradenskú činnosť mestám, obciam a subjektom pôsobiacim v CR.

10. CEZHRANIČNÉ PROJEKTY FINANCOVANÉ Z PROGRAMU INTERREG SK-AT

Deklarované výdavky:	21.147,06 EUR
Spoluúčasť 5 %:	1.057,35 EUR
Refundácia:	66 763,65 EUR
Korekcia v %	0 %

V priebehu roku 2021 boli realizované dva projekty z Programu cezhraničnej spolupráce Interreg SK-AT: 1. Kultúra a príroda na zelenom páse, ktorého termín ukončenie bol predĺžený do 30.6.2022. 2. Bordex, ktorý bol zahájený v r. 2021, ale výdavky boli až v roku 2022.

B. ŠTATICKÉ UKAZOVATELE

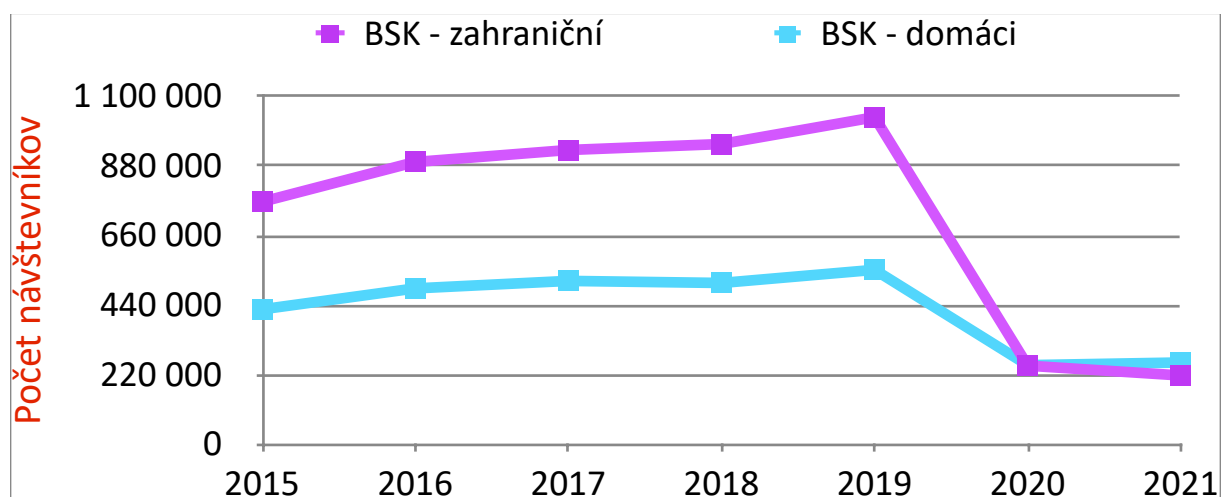
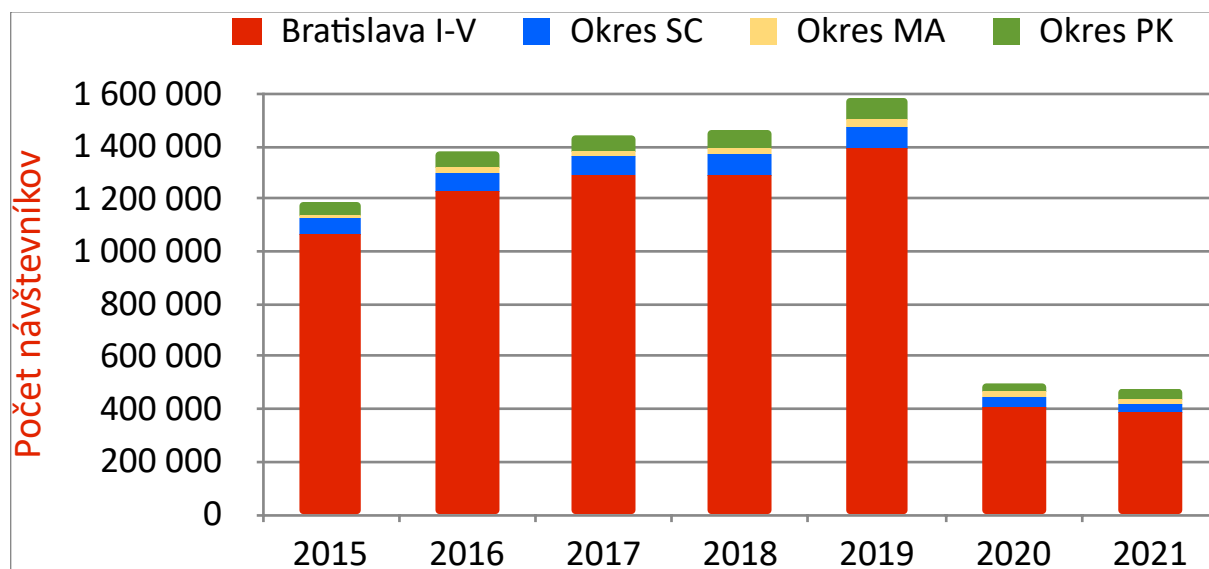
BRT získava oficiálne údaje zo Štatistického úradu SR (ŠÚSR) a vyhodnocuje ich za jednotlivé obdobia (kvartálne a celoročné porovnania všetkých relevantných ukazovateľov v cestovnom ruchu). ŠÚ SR poskytuje spracované štatistické podklady o počte prenocovaní domácich a zahraničných návštevníkov v ubytovacích zariadeniach Bratislavského kraja a o tržbách ubytovacích zariadení.

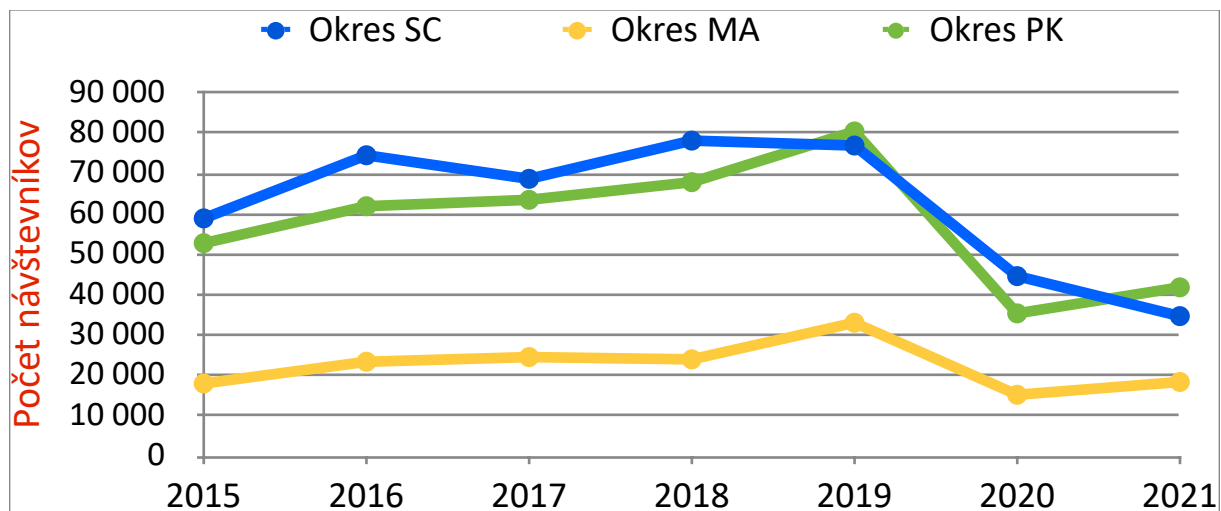
Oficiálne štatistické údaje dokumentujú rozsah negatívneho dopadu pandémie Covid-19 na segment cestovného ruchu ako jedného z najviac zasiahnutých odvetví ekonomiky. Medzi rokmi 2020 a 2019 bol prepád dvojciferný (v %) vo všetkých ukazovateľoch a všetkých štyroch destináciách. Vývoj v roku 2021 v porovnaní s kritickým rokom 2020 nebol v jednotlivých destináciách rovnaký:

Podľa zverejnených údajov Štatistického úradu SR **navštívilo v 2021 Bratislavský kraj celkovo 477 897 návštevníkov**, čo predstavuje **pokles -4,51 %** oproti referenčnému obdobiu v roku 2020. Z toho **domáci návštevníci** predstavujú **54,3 %** a **zahraniční návštevníci 45,7 %**.

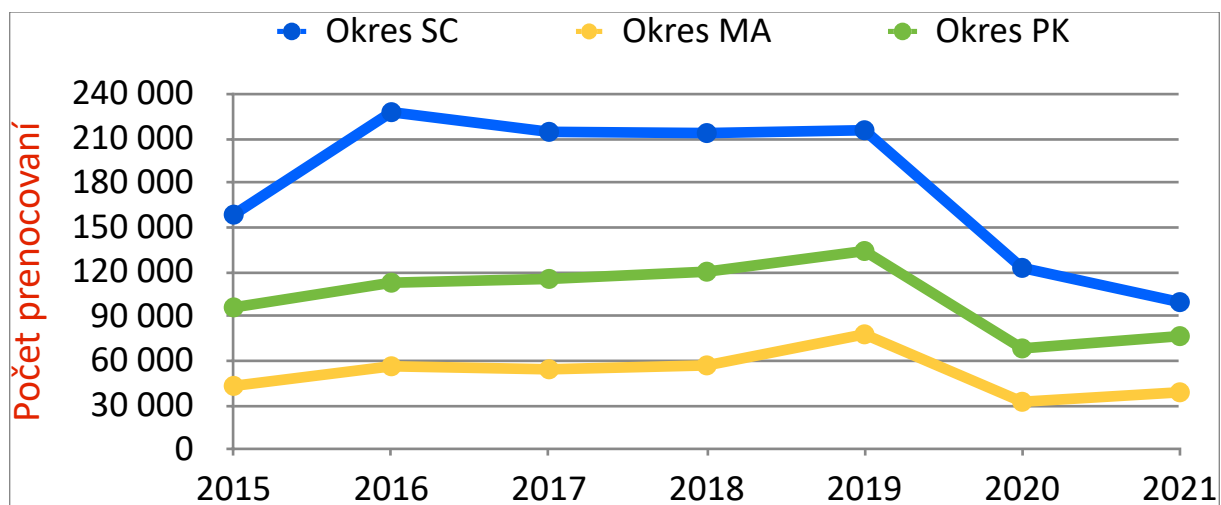
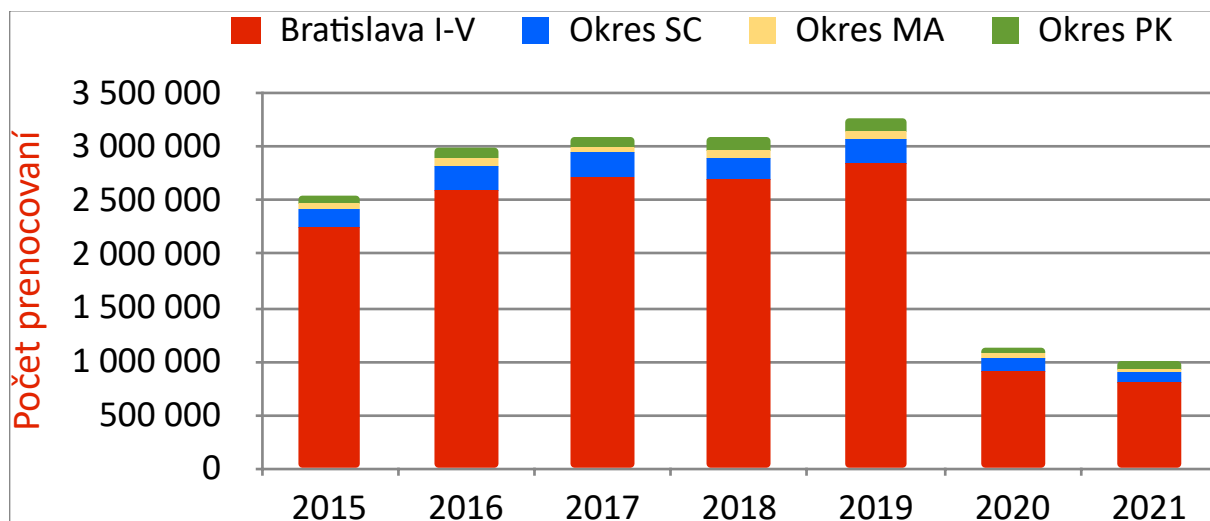
BRATISLAVSKÝ KRAJ 2015 - 2021 podľa okresov (len územie BSK, bez časti Záhoria z TTSK)

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	zmena	priem. dĺžka
Počet návštevníkov BSK	1 194 479	1 386 283	1 447 811	1 460 130	1 586 354	500 467	477 897	-4,51 %	
Bratislava I-V	1 064 725	1 226 385	1 291 008	1 290 056	1 395 896	405 175	382 888	-5,50 %	
Okres SC	58 913	74 535	68 700	78 160	76 940	44 627	34 730	-22,18 %	
Okres MA	18 054	23 435	24 595	24 034	33 091	15 261	18 431	20,77 %	
Okres PK	52 787	61 928	63 508	67 880	80 427	35 404	41 848	18,20 %	
BSK - zahraniční	767 107	892 771	930 643	949 468	1 034 189	249 435	218 428	-12,43 %	
BSK - domáci	427 372	493 512	517 168	510 662	552 165	251 032	259 469	3,36 %	
Počet prenocovaní BSK	2 554 879	3 000 449	3 103 541	3 082 284	3 278 025	1 139 586	1 007 875	-11,56 %	
Bratislava I-V	2 257 218	2 603 883	2 719 733	2 691 787	2 850 755	916 148	792 822	-13,46 %	2,07
Okres SC	158 513	227 560	214 297	213 476	215 384	122 637	99 573	-18,81 %	2,87
Okres MA	43 129	56 350	54 304	56 945	77 873	32 419	38 817	19,74 %	2,11
Okres PK	96 019	112 656	115 207	120 076	134 013	68 382	76 663	12,11 %	1,83
Priemerná dĺžka pobytu	2,14	2,16	2,14	2,11	2,07	2,28	2,11	-7,38 %	
Tržby v ubyt. zariadeniach	81 631 250	101 695 273	108 455 947	107 930 157	129 596 538	35 714 736	33 663 025	-5,74 %	



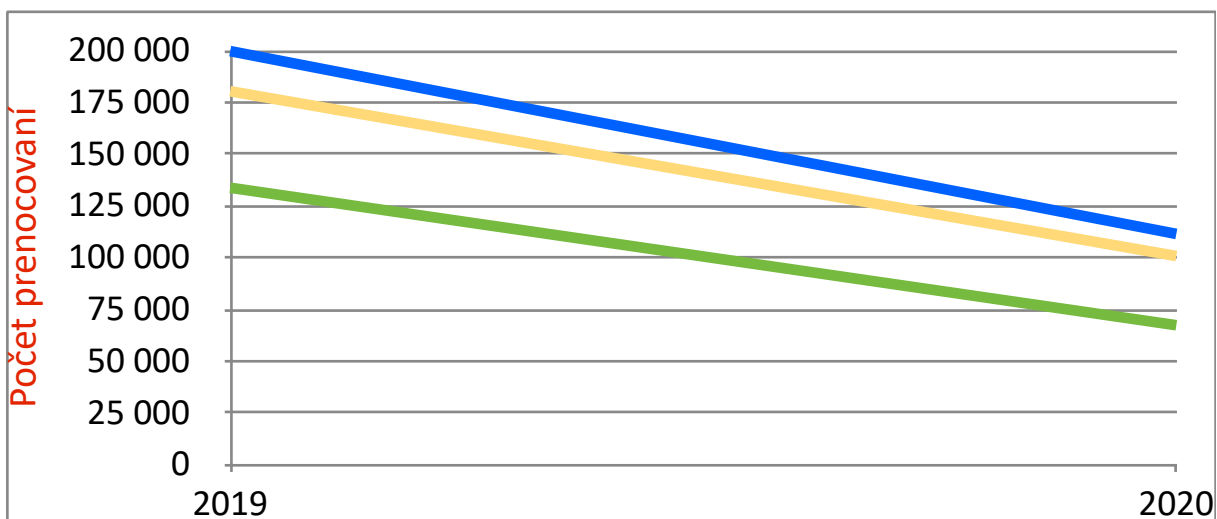
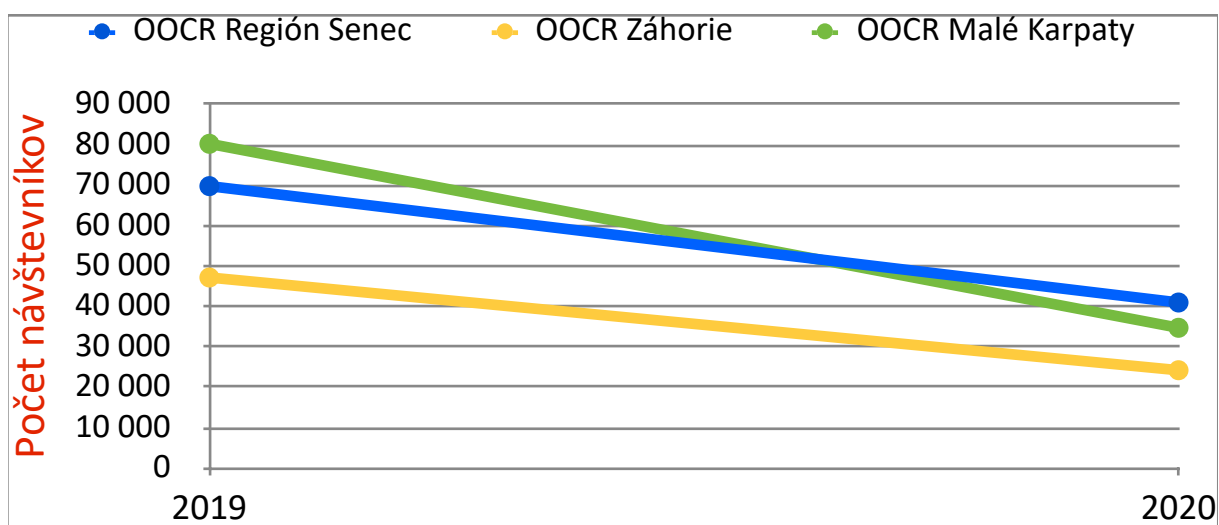
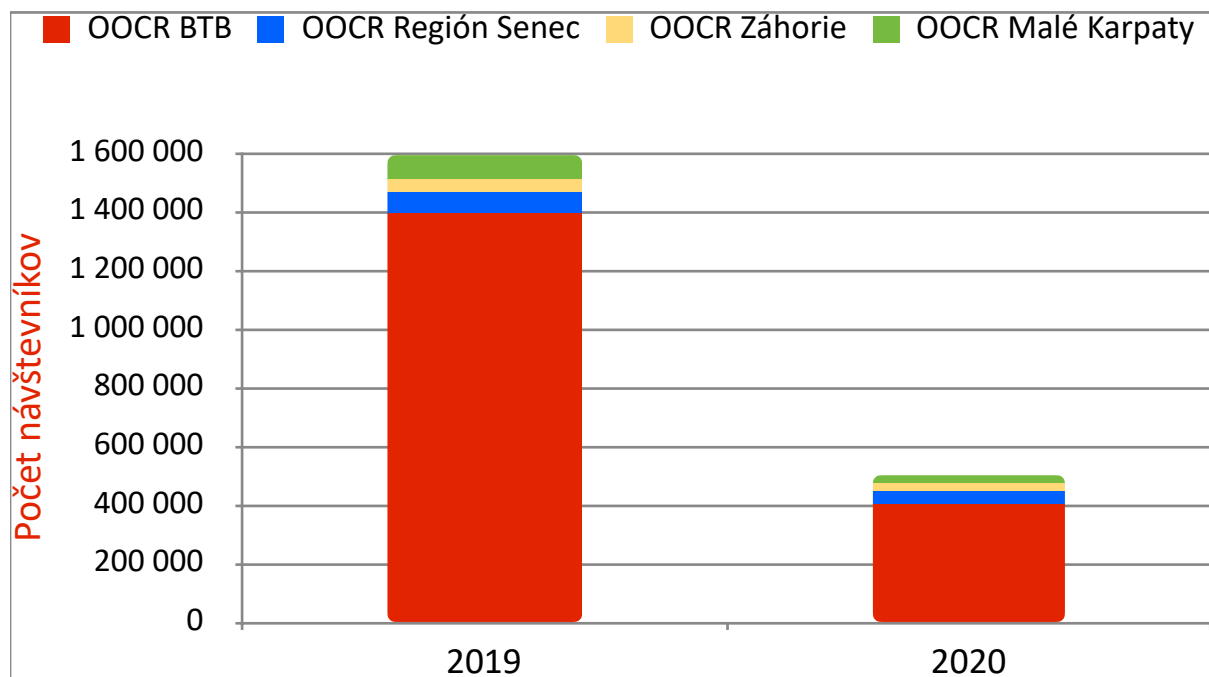


Podľa zverejnených údajov Štatistického úradu SR 477 897 návštevníkov realizovalo v Bratislavskom kraji **celkovo 1 007 875 prenocovaní**, čo predstavuje **pokles -11,56 %** oproti roku 2020 a priemernú dĺžku pobytu 2,11 dní.



Tržby v ubytovacích zariadeniach v Bratislavskom kraji dosiahli 33.663.025 €, čo je oproti roku 2020 **pokles o 5,74%**.

V rokoch 2019 - 2020 Ministerstvo dopravy a výstavby sprostredkovalo štatistické údaje zo ŠÚ SR za účelom selektívneho vyhodnocovania dát iba na území členských (OOCR) miest a obcí. V prípade destinácie Bratislava Region predstavujú tieto údaje prehľad o celom území, kde BRT pôsobí, vrátane členských miest a obcí z TTSK a dokumentujú prepád v r. 2020:



C. ROZPOČET, JEHO ČERPANIE A HOSPODÁRENIE ORGANIZÁCIE

Nižšie uvedené tabuľky obsahujú prehľadné rozdelenie aktivít s plánovaným rozpočtom a skutočným čerpaním v r. 2021. Niektoré aktivity plánované na rok 2021 sa z dôvodov uvedených v úvode tejto správy realizovali až na začiatku roku 2022, ale vecne sú vyhodnotené v rámci vyhodnotenia použitia štátnej dotácie v tejto ročnej správe. Z pohľadu účtovníctva je ale v ročnej účtovnej závierke za rok 2021 zaúčtovaná časť štátnej dotácie pre rok 2020 a časť štátnej dotácie pre rok 2021. Vyhodnotenie vlastných prostriedkov sa týka obdobia od 1.1. do 31.12.2021.

Krajská organizácia cestovného ruchu Turizmus regiónu Bratislava disponovala v roku 2021 v súlade so zákonom č. 91/2010 Z.z. o podpore cestovného ruchu v znení neskorších predpisov finančnými zdrojmi v nasledujúcej štruktúre:

Členské príspevky členov KOČR BRT vo výške 634.012 EUR (detailne uvedené v úvode správy). Ostatné príjmy organizácie zahŕňajú prenesené prostriedky z predchádzajúceho roka vo výške 151.085,80 EUR, vlastné príjmy vo výške 4.058,87 EUR a dotáciu Ministerstva dopravy a výstavby Slovenskej republiky vo výške 440.000 EUR.

Dotácia Ministerstva dopravy a výstavby Slovenskej republiky (MDV SR) je poskytovaná v súlade so zákonom č. 91/2010 Z.z. o podpore cestovného ruchu v znení neskorších predpisov krajským a oblastným organizáciám cestovného ruchu na základe predloženej žiadosti a projektu na daný rozpočtový rok. Krajskej organizácii bola v roku 2021 schválená a poskytnutá dotácia vo výške 100%. Finančné prostriedky pridelené vo forme dotácie od MDV 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.

Účtovná závierka za rok 2021 bola v súlade so Zákonom 91/2010 Z.z. spracovaná k 31. marcu 2022 a následne bola doručená na Ministerstvo dopravy a výstavby SR.