

Z M L U V A
**o poskytnutí dotácie z rozpočtovej kapitoly Ministerstva dopravy, výstavby
a regionálneho rozvoja Slovenskej republiky**

uzatvorená podľa § 29 zákona č. 91/2010 Z. z. o podpore cestovného ruchu v znení neskorších predpisov (ďalej len „zákon č. 91/2010 Z. z.“)

(ďalej len „zmluva“)

medzi zmluvnými stranami

Poskytovateľ: **Ministerstvo dopravy, výstavby a regionálneho rozvoja Slovenskej republiky**
Sídlo: Námestie slobody č. 6, 810 05 Bratislava
Zastúpený: Ing. Martin Čatloš, vedúci služobného úradu
Poverený ministrom dopravy, výstavby a regionálneho rozvoja Slovenskej republiky v Organizačnom poriadku Ministerstva dopravy, výstavby a regionálneho rozvoja Slovenskej republiky
IČO: 30416094
DIČ: 2020799209
Bankové spojenie: Štátna pokladnica
Výdavkový účet: SK71 8180 0000 0070 0011 7681
Príjmový účet: SK15 8180 0000 0070 0011 7622
Depozitný účet: SK86 8180 0000 0070 0011 7702
SWIFT: SPSRSKBA

(ďalej len „poskytovateľ“)

a

Prijímateľ: **Turizmus Regiónu Bratislava**
Sídlo: Sabinovská č. 16, 820 05 Bratislava
Zastúpený: RNDr. Martin Zaťovič, predseda krajskej organizácie
IČO: 42259967
DIČ: 2023476565
Bankové spojenie: ČSOB, a. s., pobočka Bratislava
Číslo účtu: SK76 75000 0000 0040 1802 6186
SWIFT: CEKOSKBX
Zapísaný: v Registri krajských organizácií cestovného ruchu Ministerstva dopravy, výstavby a regionálneho rozvoja SR č. 08557/2012/SCR

(ďalej len „prijímateľ“, spolu ďalej len „zmluvné strany“, jednotlivito „zmluvná strana“)

Článok 1
Predmet zmluvy

1. Predmetom zmluvy je účelové poskytnutie dotácie zo štátneho rozpočtu na podporu realizácie projektu podľa prílohy č. 1 (ďalej len „projekt“) zameraného na realizáciu aktivít,

ktoré sú spojené s hlavným predmetom činnosti prijímateľa (ďalej len „aktivity“) v celkovej výške 260 000,00 eur (slovom: dvestošesťdesiat tisíc eur).

- Dotácia je podľa § 8 ods. 4 zákona č. 523/2004 Z. z. o rozpočtových pravidlách verejnej správy a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov (ďalej len „zákon č. 523/2004 Z. z.“) určená na úhradu bežných výdavkov na podporu aktivít v nasledovnom členení:

	Výška dotácie (eur)
Aktivity v rámci bežných výdavkov	
2. 1. Marketing a propagácia	167 500,00
2. 2. Tvorba a podpora produktov cestovného ruchu	75 500,00
2. 3. Podpora atraktivít danej lokality	17 000,00

- Prijímateľ je oprávnený, na základe predchádzajúceho písomného stanoviska poskytovateľa, vykonať presun finančných prostriedkov medzi jednotlivými aktivitami uvedenými v ods. 2, a to najviac do výšky 20 % z poskytnutej dotácie. Poskytovateľ zaujme k žiadosti prijímateľa týkajúcej sa presunu finančných prostriedkov písomné stanovisko formou akceptačného listu. Presuny finančných prostriedkov medzi jednotlivými aktivitami uvedenými v ods. 2 nad 20 % z poskytnutej dotácie je možné vykonať len formou dodatkov k tejto zmluve.
- Zmenu charakteru finančných prostriedkov z bežných výdavkov do kapitálových výdavkov je možné vykonať len medzi aktivitami uvedenými v ods. 2 formou dodatku k tejto zmluve na základe rozpočtového opatrenia Ministerstva financií SR. Tieto presuny musia byť odsúhlasené valným zhromaždením prijímateľa.
- Presuny finančných prostriedkov podľa ods. 3 je možné realizovať iba na základe riadne zdôvodnenej písomnej žiadosti. Účinnosť požadovaného presunu finančných prostriedkov do 20 % z poskytnutej dotácie nastáva dňom vydania súhlasného stanoviska poskytovateľa s jeho vykonaním. Uvedené sa netýka požadovaného presunu finančných prostriedkov nad 20 % z poskytnutej dotácie, ktorého účinnosť nastáva až dňom po dni zverejnenia dodatku podľa čl. 7 ods. 6. Písomné žiadosti je možné predkladať najneskôr do 30. novembra 2015, po tomto termíne žiadosti nebudú akceptované.
- Zmenu charakteru finančných prostriedkov podľa ods. 4 je možné realizovať iba na základe riadne zdôvodnenej písomnej žiadosti s doložením zápisnice z rokovania valného zhromaždenia. Účinnosť požadovanej zmeny nastáva dňom účinnosti dodatku k zmluve. Písomné žiadosti je možné predkladať najneskôr do 31. októbra 2015, po tomto termíne žiadosti nebudú akceptované. Prijímateľ je povinný spolu so žiadosťou o zmenu charakteru finančných prostriedkov vrátiť požadovanú sumu týchto prostriedkov na výdavkový účet poskytovateľa uvedený v záhlaví tejto zmluvy.
- Poskytovateľ poskytuje dotáciu podľa zákona č. 91/2010 Z. z. a zákona č. 523/2004 Z. z., a to bezhotovostne a v súlade so zákonom č. 291/2002 Z. z. o Štátnej pokladnici a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov, vo forme bežného transferu na účet prijímateľa uvedený v záhlaví tejto zmluvy, a to najneskôr do 14 dní odo dňa účinnosti tejto zmluvy.
- Prijímateľ prijíma dotáciu podľa ods. 1 bez výhrad v plnom rozsahu a za podmienok uvedených v tejto zmluve.

Článok 2 Podmienky použitia dotácie a povinnosti prijímateľa dotácie

1. Dotácia je účelovo viazaná. Prijímateľ sa zaväzuje použiť poskytnutú dotáciu na realizáciu projektu podľa čl. 1 ods. 1 a 2.
2. Prijímateľ je oprávnený použiť dotáciu na stanovený účel
 - a) do 31. decembra 2015, ak boli bežné výdavky poskytnuté do 30. septembra 2015,
 - b) do 31. marca 2016, ak boli bežné výdavky poskytnuté po 1. októbri 2015.
3. Výnosy z poskytnutých prostriedkov po odrátaní poplatkov za vedenie účtu (okrem poplatkov za založenie a zrušenie účtu) sú podľa § 7 ods. 1 písm. m) zákona č. 523/2004 Z. z. príjmom štátneho rozpočtu. Prijímateľ je povinný odviesť na príjmový účet poskytovateľa uvedený v záhlaví tejto zmluvy kladný rozdiel medzi výnosmi a poplatkami za vedenie účtu najneskôr do 10. apríla 2016.
4. Prijímateľ je povinný zaslať poskytovateľovi písomne v lehote uvedenej v odseku 3 nielen informáciu o platbe výnosov, ale aj informáciu o tom, že výnosy nevznikli.
5. Prijímateľ je povinný pri použití dotácie dodržať maximálnu hospodárnosť, efektívnosť, účinnosť a účelnosť ich použitia v súlade s ustanovením § 19 ods. 3 zákona č. 523/2004 Z. z. Prijímateľ je povinný pri použití dotácie postupovať v súlade s ustanoveniami zákona č. 25/2006 Z. z. o verejnom obstarávaní a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov (ďalej len „zákon č. 25/2006 Z. z.“); zákona č. 502/2001 Z. z. o finančnej kontrole a vnútornom audite a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov (ďalej len „zákon č. 502/2001 Z. z.“) a zákona č. 595/2003 Z. z. o dani z príjmov v znení neskorších predpisov (ďalej len „zákon č. 595/2003 Z. z.“).
6. Prijímateľ je povinný o poskytnutej dotácii viesť účtovnú evidenciu v súlade so zákonom č. 431/2002 Z. z. o účtovníctve v znení neskorších predpisov (ďalej len „zákon č. 431/2002 Z. z.“), pričom je povinný viesť oddelene výnosy a náklady spojené s jeho hlavnou činnosťou súvisiacou s rozvojom cestovného ruchu a výnosy a náklady na jeho prevádzkovú činnosť.
7. Prijímateľ nesmie použiť dotáciu na úhradu výdavkov spojených s aktivitami uvedenými v § 30 ods. 3 zákona č. 91/2010 Z. z. a na úhradu výdavkov, ktoré nemajú priamy vzťah k projektu uvedenému v čl. 1 ods. 1.
8. Prijímateľ nesmie previesť dotáciu na iný účet ako účet, na ktorý mu bola poskytovateľom poskytnutá. Prijímateľ bude čerpať dotáciu z účtu, na ktorý mu bola poskytovateľom poskytnutá formou priamej platby, uvedené sa netýka refundácie výdavkov spojených s realizáciou projektu podľa ods. 9.
9. Poskytovateľ bude akceptovať aj výdavky prijímateľa spojené s realizáciou projektu podľa čl. 1 ods. 1 a 2, ktoré prijímateľ vynaložil pred účinnosťou tejto zmluvy, avšak výlučne vtedy, ak boli vynaložené v roku 2015 na úhradu výdavkov na aktivity podľa čl. 1 ods. 2.
10. Ak prijímateľ nebude realizovať projekt alebo v rámci neho niektorú z podporených aktivít, na ktoré bola dotácia podľa čl. 1 tejto zmluvy poskytnutá, je povinný bezodkladne písomne

o tejto skutočnosti informovať poskytovateľa a vrátiť dotáciu buď v plnom rozsahu, ak nerealizuje celý projekt, alebo v rozsahu výdavkov nerealizovanej aktivity, najneskôr však do 31. decembra 2015 na výdavkový účet poskytovateľa uvedený v záhlaví tejto zmluvy.

11. Ak prijímateľ nevyčerpá celú poskytnutú dotáciu, je povinný jej nevyčerpanú časť bez zbytočného odkladu vrátiť poskytovateľovi, najneskôr však do 10. apríla 2016, a to nasledujúcim spôsobom:
 - a) na výdavkový účet poskytovateľa uvedený v záhlaví tejto zmluvy, ak ich vracia do 31. decembra 2015, alebo
 - b) na depozitný účet poskytovateľa uvedený v záhlaví tejto zmluvy, ak ich vracia v čase od 1. januára 2016 do 10. apríla 2016.
12. Prijímateľ je povinný umožniť poskytovateľovi vykonať vecnú kontrolu, priebežnú finančnú kontrolu alebo následnú finančnú kontrolu hospodárenia s poskytnutou dotáciou podľa zákona č. 502/2001 Z. z.
13. V prípade zistenia neúčelného použitia dotácie možno túto dotáciu krátiť až do výšky 100 %. Prijímateľ je povinný bezodkladne krátenú časť dotácie vrátiť v termíne a na účet určený poskytovateľom. Rovnakým spôsobom je poskytovateľ oprávnený postupovať aj v prípade, ak prijímateľ neumožní vykonanie tejto kontroly.
14. Použitie dotácie podlieha podľa § 8a ods. 7 zákona č. 523/2004 Z. z. povinnému ročnému zúčtovaniu so štátnym rozpočtom, ktorého spôsob určuje Ministerstvo financií Slovenskej republiky (ďalej len „MF SR“). Poskytovateľ je povinný o spôsobe vykonania zúčtovania so štátnym rozpočtom písomne informovať prijímateľa, a to obratom po doručení pokynu na zúčtovanie vzťahov so štátnym rozpočtom za rok 2015 z MF SR.
15. Prijímateľ je povinný pri propagácii projektu alebo jeho jednotlivých aktivít uvádzať logo poskytovateľa a zároveň uviesť, že projekt alebo jeho aktivita je realizovaná s finančnou podporou poskytovateľa.

Článok 3 **Vyúčtovanie dotácie**

1. Prijímateľ je povinný vykonať vyúčtovanie použitia dotácie a toto vyúčtovanie zaslať poskytovateľovi najneskôr do 10. apríla 2016, pričom vyúčtovanie dotácie je základnou podmienkou pre poskytnutie dotácie v nasledujúcom rozpočtovom roku.
2. Vyúčtovanie poskytnutej dotácie na realizáciu projektu musí obsahovať tieto samostatné časti:
 - a) vecné vyhodnotenie projektu podľa jednotlivých aktivít,
 - b) finančné vyúčtovanie poskytnutej dotácie podľa jednotlivých aktivít podľa čl. 1 ods. 2.
3. Vecné vyhodnotenie projektu tvorí vyhodnotenie popisu projektu podľa jednotlivých aktivít, dosiahnutie jeho cieľov s uvedením výsledkov podľa indikátorov stanovených v projekte, vyhodnotenie časovej realizácie projektu a účelového použitia dotácie na aktivity podľa čl. 1 ods. 2 s uvedením sumy použitej dotácie na jednotlivé činnosti.

4. Finančné vyúčtovanie podľa ods. 2 písm. b) tvorí vyúčtovanie dotácie podľa prílohy č. 2 k tejto zmluve; ďalej doklad o odvedení výnosov z poskytnutých prostriedkov poskytovateľovi v súlade s čl. 2 ods. 3 a doklad o vrátení nevyčerpanej dotácie poskytovateľovi v súlade s čl. 2 ods. 11.
5. Vecné vyhodnotenie projektu a finančné vyúčtovanie poskytnutej dotácie budú akceptované, iba ak budú čitateľné a úplné a potvrdené podpisom štatutárneho orgánu prijímateľa alebo ním písomne povereného zástupcu, pričom toto písomné poverenie musí byť prílohou vyúčtovania.
6. Ak prijímateľ nepredloží vyúčtovanie dotácie podľa ods. 1, a to ani na písomnú výzvu poskytovateľa o predloženie vyúčtovania dotácie, alebo ak poskytovateľ zistí nedostatky v predloženej vyúčtovanej dotácii, je prijímateľ povinný podľa pokynov poskytovateľa vyúčtovanie predložiť, alebo zabezpečiť odstránenie zistených nedostatkov v lehote určenej poskytovateľom. V prípade, ak prijímateľ v určenej lehote vyúčtovanie dotácie nepredloží, alebo nezabezpečí odstránenie nedostatkov, je povinný dotáciu poskytnutú na základe tejto zmluvy v plnom rozsahu vrátiť poskytovateľovi do 30 kalendárnych dní od uplynutia lehoty podľa predošlej vety.
7. Ak prijímateľ neodvedie finančné prostriedky vyplývajúce z vyúčtovania podľa čl. 2 ods. 14 na príslušný účet poskytovateľa (v prípade vzniku povinnosti - vratky), je povinný finančné prostriedky vo výške dotácie poskytnutej na príslušný projekt poskytovateľovi v plnom rozsahu vrátiť, a to v lehote do 30 dní odo dňa kedy ho poskytovateľ na vrátenie dotácie písomne vyzval.
8. V prípade zistenia nedostatkov pri hospodárení s dotáciou poskytnutou podľa čl. 1 poskytovateľ zastaví poskytovanie ďalších finančných prostriedkov prijímateľovi, až do ich odstránenia.

Článok 4 **Sankcie**

Ak prijímateľ poruší finančnú disciplínu tým, že

- a) poskytne, alebo použije dotáciu v rozpore s určeným účelom podľa čl. 1 (§ 31 ods. 1 písm. a) zákona č. 523/2004 Z. z.), je povinný odvieť finančné prostriedky vo výške porušenia finančnej disciplíny a penále podľa § 31 ods. 3 zákona č. 523/2004 Z. z.,
- b) neodvedie v lehote a rozsahu určenom v čl. 2 ods. 10 a 11 alebo podľa čl. 3 ods. 7 finančné prostriedky poskytovateľovi (§ 31 ods. 1 písm. c) zákona č. 523/2004 Z. z.), je povinný odvieť finančné prostriedky vo výške porušenia finančnej disciplíny a penále podľa § 31 ods. 4 zákona č. 523/2004 Z. z.,
- c) neodvedie v lehote a rozsahu určenom v čl. 2 ods. 3 výnos z poskytnutých prostriedkov na účet poskytovateľa (§ 31 ods. 1 písm. d) zákona č. 523/2004 Z. z.), je povinný odvieť finančné prostriedky vo výške porušenia finančnej disciplíny a penále podľa § 31 ods. 4 zákona č. 523/2004 Z. z.,
- d) použije dotáciu v rozpore s čl. 2 ods. 2 (§ 31 ods. 1 písm. e) zákona č. 523/2004 Z. z.), je povinný zaplatiť penále podľa § 31 ods. 5 zákona č. 523/2004 Z. z.,
- e) umožní bezdôvodné obohatenie získaním finančného prospechu z poskytnutých verejných prostriedkov (§ 31 ods. 1 písm. g) zákona č. 523/2004 Z. z.), je povinný zaplatiť pokutu podľa § 31 ods. 6 zákona č. 523/2004 Z. z.

Článok 5

Doručovanie a komunikácia

1. Každá komunikácia medzi zmluvnými stranami, vrátane postupu podľa čl. 1 ods. 3 a 4, bude prebiehať prostredníctvom osôb oprávnených pre vecné rokovania. Za poskytovateľa koná generálny riaditeľ sekcie cestovného ruchu a za prijímateľa koná predseda krajskej organizácie cestovného ruchu.
2. Všetky oznámenia medzi zmluvnými stranami týkajúce sa plnenia zmluvy musia byť vykonané v písomnej podobe a doručené faxom, osobne, elektronicky alebo poštou druhej zmluvnej strane podľa tohto článku.
3. Akákoľvek písomná komunikácia medzi zmluvnými stranami sa na účely plnenia zmluvy bude považovať za doručenú v prípade:
 - a) doručenia faxom po tom, ako bolo odosielateľovi doručené potvrdenie, že prenos údajov prebehol v poriadku,
 - b) osobného doručenia prostredníctvom kuriérskej služby alebo inak, po jej prijatí,
 - c) doručenia e-mailom, po doručení potvrdenia od príjemcu o prijatí, pričom príjemca nie je oprávnený vo vlastnom e-maile klientovi odmietnuť odoslanie potvrdenia o prijatí e-mailu, alebo
 - d) doporučenej zásielky, k dátumu uvedenému na potvrdení o doručení alebo na potvrdení o tom, že zásielku nemožno doručiť.
4. Za deň doručenia zásielky zmluvnej strane, ktorej bola adresovaná, sa považuje takisto deň:
 - a) v ktorom ju táto zmluvná strana odoprela prijať,
 - b) ktorým márne uplynula odberná lehota pre jej vyzdvihnutie na pošte alebo
 - c) ktorým bola na nej zamestnancom pošty vyznačená poznámka, že "adresát sa odst'ahoval", "adresát je neznámy" alebo iná poznámka, ktorá podľa poštového poriadku znamená nedoručiteľnosť zásielky.

Článok 6

Odstúpenie od zmluvy

1. Pred riadnym splnením záväzkov podľa tejto zmluvy, t. j. pred skončením jej platnosti, môže poskytovateľ odstúpiť od zmluvy v prípade podstatného porušenia zmluvy alebo v prípade zmeny okolností, za ktorých došlo k uzavretiu zmluvy, a to najmä:
 - a) ak sa preukáže, že údaje v žiadosti a dokladoch, na základe ktorých poskytovateľ rozhodol o poskytnutí dotácie, boli nepravdivé, neúplné, zavádzajúce alebo sfalšované,
 - b) prijímateľ bezdôvodne pozastavil realizáciu projektu, alebo tento nerealizoval v rozsahu podľa čl. 1 ods. 1,
 - c) ak sa právoplatne preukáže spáchanie trestného činu v súvislosti s realizáciou projektu,
 - d) v prípade, ak použije dotáciu alebo jej časť v rozpore s touto zmluvou.
2. Odstúpenie od zmluvy je účinné dňom doručenia písomného oznámenia poskytovateľa o odstúpení od zmluvy prijímateľovi. Za doručené sa pritom považuje aj oznámenie, ktoré bolo poskytovateľovi vrátené z dôvodu, že si ho príjemca v odbernej lehote nevyzdvihol, a to aj v prípade, ak sa o tom prijímateľ nedozvedel.

3. Odstúpením od zmluvy nezanikajú nároky poskytovateľa vyplývajúce z porušenia finančnej disciplíny ukladané v súlade so zákonom č. 523/2004 Z. z.

Článok 7 **Spoločné a záverečné ustanovenia**

1. Táto zmluva sa uzatvára na dobu určitú, a to do času riadneho splnenia záväzkov podľa tejto zmluvy, najmä vysporiadania všetkých finančných záväzkov prijímateľa voči poskytovateľovi.
2. Záväzky obsiahnuté v tejto zmluve nie je možné previesť na tretie osoby. V prípade zániku prijímateľa bez právneho nástupcu je prijímateľ povinný vopred oznámiť túto skutočnosť poskytovateľovi, táto zmluva zaniká, avšak prijímateľ je povinný splniť si všetky svoje zmluvné povinnosti voči poskytovateľovi do doby zániku zmluvy.
3. Prijímateľ vyhlasuje, že všetky údaje, ktoré sú uvedené v tejto zmluve, sú úplné, pravdivé a získané v súlade s osobitnými právnymi predpismi. Prijímateľ vyhlasuje, že súhlasí so spracovaním a zverejnením údajov poskytnutých poskytovateľovi v rámci činností súvisiacich s realizáciou dotačného systému poskytovateľa.
4. Prijímateľ sa zaväzuje poskytnúť poskytovateľovi:
 - a) vstupenku alebo pozvánku na každé podujatie, ktoré je financované alebo spolufinancované z dotácie podľa čl. 1 ods. 2 minimálne 7 kalendárnych dní pred uskutočnením podujatia,
 - b) vzorku z každého druhu propagačných materiálov financovaných alebo spolufinancovaných z dotácie podľa čl. 1 ods. 2,
 - c) vzorku z každého druhu prezentačných predmetov financovaných alebo spolufinancovaných z dotácie podľa čl. 1 ods. 2.
5. Za účelom propagácie a prezentácie atraktivít a aktivít cestovného ruchu sa prijímateľ zaväzuje poskytnúť na vyžiadanie poskytovateľa a po vzájomnej dohode propagačné materiály a prezentačné predmety podľa ods. 4 písm. b) a c).
6. Táto zmluva nadobúda platnosť dňom jej podpísania obidvoma zmluvnými stranami a účinnosť dňom nasledujúcim po dni jej zverejnenia v Centrálnom registri zmlúv vedenom Úradom vlády Slovenskej republiky podľa § 47a ods. 1 zákona č. 40/1964 Zb. Občiansky zákonník v nadväznosti na § 5a ods. 1 a 6 zákona č. 211/2000 Z. z. o slobodnom prístupe k informáciám a o zmene a doplnení niektorých zákonov (zákon o slobode informácií) v znení neskorších predpisov.
7. Poskytovateľ si vyhradzuje právo upraviť výšku dotácie z dôvodu nedostatku finančných prostriedkov v rozpočte v súvislosti s viazaním výdavkov štátneho rozpočtu Ministerstvom financií Slovenskej republiky podľa § 18 zákona č. 523/2004 Z. z., o čom písomne upovedomí prijímateľa. V takomto prípade poskytovateľ nezodpovedá prijímateľovi za vzniknuté výdavky, ani za prípadnú škodu ani inú ujmu. Poskytovateľ nemá uvedené právo v prípade, ak už bola dotácia podľa čl. 1 ods. 7 zmluvy pripísaná na účet prijímateľa.

8. Práva a povinnosti zmluvných strán výslovne neupravené touto zmluvou sa spravujú príslušnými ustanoveniami zákona č. 91/2010 Z. z., Obchodného zákonníka, zákona č. 523/2004 Z. z., zákona č. 502/2001 Z. z. a zákona č. 431/2002 Z. z.
9. Ustanovenia tejto zmluvy možno zmeniť len po vzájomnej dohode zmluvných strán, a to výlučne vo forme písomného číslovaného dodatku odsúhlaseného oboma zmluvnými stranami ak táto zmluva neustanovuje inak.
10. Zmluva je vyhotovená v 4 rovnopisoch, 1 rovnopis zmluvy dostane prijímateľ a 3 rovnopisy poskytovateľ.
11. Neoddeliteľnou súčasťou tejto zmluvy sú príloha č. 1 a príloha č. 2.
12. Zmluvné strany vyhlasujú, že zmluvu si riadne prečítali, jej obsahu porozumeli a táto plne zodpovedá ich skutočnej vôli, ktorú prejavili slobodne, vážne, určito a zrozumiteľne, bez omylu, bez časového tlaku alebo jednostranne nápadne nevýhodných podmienok, bez akéhokoľvek psychického alebo fyzického nátlaku.

V Bratislave, 01.07.2015

V Bratislave, 18.06.2015

Za poskytovateľa:



Za prijímateľa:

.....
Ing. Martin Čatloš
vedúci služobného úradu

.....
RNDr. Martin Zaťovič
predseda krajskej organizácie
cestovného ruchu

TURIZMUS REGIONU BRATISLAVA
BRATISLAVA REGION TOURISM
Sabinovská 16 820 05 Bratislava 25
IČO: 36563102 OIB: 473656

PROJEKT

Analýza súčasného stavu (indikátory rozvoja a identifikácia trhu cestovného ruchu v regióne pôsobenia žiadateľa – stručné zhodnotenie)

Vývoj v destinácii - štatistiky

V rámci analýzy súčasného stavu cestovného ruchu v destinácii Bratislavský región je potrebné najskôr poukázať na hlavné štatistické ukazovatele, ktoré interpretujú jeho návštevnosť, t.j. počet prenocovaní a počet príjazdov návštevníkov. Najviac príjazdov a prenocovaní evidujeme v hlavnom meste Bratislava, ktorá je dominantnou súčasťou Bratislavského regiónu. Porovnávame aktuálne dostupné štatistické ukazovatele, konkrétne štatistické ukazovatele za 1.-3. štvrťrok 2014 a 1.-3. štvrťrok 2013, aj v kontexte východiskovej situácie v roku 2012.

Z porovnania štatistík možno pozorovať zmenu v počte návštevníkov i prenocovaní, celkovo do kraja prišlo 707 697 návštevníkov, čo je o 12,8 % menej ako v rovnakom období v roku 2013. Za 1.-3. štvrťrok 2014 evidujeme 1 540 731 prenocovaní, čo je o 8,7 % menej ako v predchádzajúcom období. Priemerný počet prenocovaní je na hodnote 2,2 noci a je stabilný. Bratislavský kraj navštívilo 454 164 zahraničných návštevníkov (-14,3 %), počet ich prenocovaní predstavoval 805 167 nocí (-12,4 %), čo je v oboch prípadoch menej ako v predchádzajúcom roku, no takmer rovnaký stav ako v roku 2012. Domácich návštevníkov prišlo o 10 % menej, počet ich prenocovaní mierne poklesol o 4,3 %, no **v porovnaní s obdobím v roku 2012 môžeme hovoriť o náraste**. Celkovo poklesli tržby ubytovacích zariadení, a to o -20,9 %.

Za poklesom všetkých spomenutých ukazovateľov stojí fakt, že **rok 2013 bol najlepším rokom v počte zahraničných návštevníkov prichádzajúcich na Slovensko od vypuknutia finančnej krízy v roku 2007. Je zrejmé, že takto úspešný rok sa bude ťažko prekonávať**. Zároveň však slúži ako východisková báza pre medziročné porovnanie, a preto percentuálny prepád pôsobí hrozivejšie, ako bola skutočná situácia. Práve z tohto dôvodu budeme štatistické ukazovatele za 1.-3. štvrťrok 2014 porovnávať aj s 1.-3. štvrťrokom 2012. Počet návštevníkov za obdobie 1.-3. Q 2014/2012 zostal takmer nezmenený (-0,2 %), počet prenocovaní mierne stúpol (+1,7 %), priemerný počet prenocovaní stagnuje. Počet zahraničných aj domácich návštevníkov sa výrazne nezmenil, ak však porovnáme počet prenocovaní domácej klientely, došlo k miernemu nárastu (+7,1 %). Tržby ubytovacích zariadení klesli o -10,1 %. Za relatívne udržanou a nezmenenou hodnotou

všetkých spomenutých ukazovateľov vidíme predovšetkým marketingové aktivity, ktoré prezentujú nie len Bratislavský región, ale aj celú Slovenskú republiku a sú 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. Ide najmä o tie, ktoré majú potenciál a vedia prilákať návštevníkov/záujemcov aj zo širokého okolia.

Región je stále atraktívnou destináciou, hoci v období 1.-3.Q 2014/2013 je zaznamenaný pokles zahraničných návštevníkov. V prvej desiatke národností, ktoré Bratislavský región navštevujú, je pokles pri každom zo zdrojových trhov, **okrem Poľska (+2,5%)**. Najvyšší pokles v počte zahraničných návštevníkov je evidovaný pri návštevníkoch z USA (- 25,9%) a Ruska (- 21,7%). **Ak však porovnáme obdobie 1.-3.Q 2014/2012** je v prvej desiatke zdrojových trhov zaznamenaný nárast takmer pri každej skupine zahraničných návštevníkov okrem Českej republiky (- 10,0 %), Spojeného kráľovstva (-8,3%) a Francúzska (- 15,4%). **Nárast je evidovaný pri krajinách Rusko (+17,2 %), Nemecko (+8,6%), Rakúsko (+8,5%) a Poľsko (+5,6.** Okolité krajiny Česko, Poľsko a Maďarsko sú naďalej typickými zdrojovými trhmi pre Bratislavský región. Zároveň v porovnaní so Slovenskom nemajú ani v jednej z nich zavedenú spoločnú európsku menu euro a z tohto dôvodu sú citlivé na výkyvy kurzov ich mien oproti euru. Tým pádom to ovplyvňuje aj možnosti ich vycestovania a teda potenciálnych príjazdov do regiónu okolo Bratislavy. V novembri 2013 Česká národná banka intervenovala proti českej korune a jednorazovo ju oslabila o desať percent, čo zdražilo následne dovolenky v roku 2014. Všeobecne sa v roku 2014 darilo zlotému lepšie ako v predošlom roku, okrem prudkého oslabenia v decembri. Návštevníkov, ktorí prichádzajú z Veľkej Británie a USA sme spomínali vyššie, musia cestovať najväčšiu vzdialenosť, preto musia dlhšie plánovať pobyt a sú menej ovplyvnení krátkodobými faktormi.

Turistov do hlavného mesta Slovenska a jeho okolia vlni prilákala napríklad hokejová liga KHL, prvý ročník medzinárodného festivalu podunajských krajín Donau Fest či tradičné bratislavské podujatia ako Bratislava pre všetkých, ČSOB Maratón, Kultúrne leto a hradné slávnosti, hudobné a gastronomické festivaly ako FARM FEST, Gurmán Fest. Podujatia MVC a tiež veľkolepé Korunovačné slávnosti a Keramické trhy. Rok 2014 bol špecifický pre klientelu z Ruska a Ukrajiny, kvôli ukrajinskej kríze a následným

sankciám namiereným proti Rusku, ako aj kvôli oslabeniu rubla a hrivny v priebehu roka o takmer polovicu, čo výrazne zdražilo všetky zahraničné pobyty cestovateľom z týchto krajín. Počet turistov z Rakúska bol konštantný, motívom návštev Bratislavy sú hlavne poznávacie zájazdy, ktoré si udržujú stabilnú hladinu.

Počasia je jedným z hlavných faktorov ovplyvňujúcich návštevnosť, hlavne v mesiacoch s najväčším počtom návštevníkov, čo je v prípade Bratislavy máj až august, v počte prenocovaní júl a august. Aktivita je nutné zameriavať na prioritné a okolité 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 Čína, z hľadiska priameho leteckého spojenia medzi Viedňou týmto exponenciálne narastajúcim zdrojovým trhom pre celú Európu. Negatívnou skutočnosťou bolo v roku 2014 zrušenie priameho leteckého spojenia medzi Bratislavou a Ukrajinou a Bratislavou a Nórskom. Na jeseň v roku 2014 pribudlo priame letecké spojenie medzi Bratislavou a Dubai-om, čo môže mať pozitívny vplyv na návštevnosť Bratislavského regiónu z tejto oblasti.

Z porovnania dostupných celoročných ukazovateľov (25.2.2015 od ŠÚ) za roky 2014, 2013 a 2012 môžeme pozorovať zmenu v počte návštevníkov aj prenocovaní. V roku 2014 kraj navštívilo 954 888 návštevníkov, čo je o 11,1 % menej ako v predchádzajúcom roku, avšak **v porovnaní s rokom 2012 ide o takmer dvojpercentný nárast návštevnosti.** Počet prenocovaní v regióne klesol o 7,3 % na 2 024 473, no v porovnaní s rokom 2012 evidujeme nárast o 3,2%. Počet ubytovacích zariadení v roku 2014 klesol o 5,2%, čo malo vplyv na celkový pokles lôžok (-5,4 %). Tržby za ubytovanie vplyvom týchto okolností zaznamenali tiež pokles v roku 2014 (- 19,4 %).

Základnými produktovými líniami, ktoré sú pozicionované do jednotlivých subregiónov Bratislavského regiónu, členia sa v závislosti od ich sezónneho charakteru (celoročný, výhradne letný a výhradne zimný produkt) a potenciálneho dopytu (domáci a zahraničný dopyt), sú v destinácii Bratislavský región:

City break

Wineland

Kultúrny výlet

Akčný výlet

rodinný výlet

Dunaj pobyt alebo výlet

Tematický balíček (wellness, história, BA goes Classical a pod.)
Dovolenka pri vode
Kongres, konferencia, pracovný míting
Teambuilding

SWOT analýza

Pri analýze súčasného stavu prostredia destinácie Bratislavský región vychádzame zo skutočnosti, ktorá reflektuje stav v roku 2014 a zároveň sa opierame o existenciu koncepčných, strategických a analytických dokumentov pojednávajúcich o danej problematike. Prioritne vychádzame z výsledkov a záverov expertnej štúdie „Marketingová stratégia rozvoja cestovného ruchu destinácie bratislavský región pre roky 2014 - 2016 s výhľadom do roku 2020“.

Silné stránky:

V súlade so situáciou v roku 2014 zaradujeme k silným stránkam destinácie výhodnú a strategickú polohu mesta Bratislava a jeho okolia v rámci stredoeurópskeho regiónu, štatút hlavného mesta a benefity s tým spojené (sídla medzinárodných inštitúcií, centrály spoločností, najvýznamnejšia metropola Slovenska, ap.), ekonomický a vzdelanostný potenciál obyvateľstva – mesto s vysokým počtom škôl a univerzít vzdelávacích a výskumných inštitúcií. K silným stránkam patrí aj rozvinutá sociálna a dopravná infraštruktúra vrátane letiska so vzrastajúcim významom a dobrou vodnou dopravou, dostupnosťou, konkurencieschopnosťou a vzrastajúcou atraktivnosťou aj pre zahraničnú pracovnú silu. Z pohľadu sekundárnej ponuky cestovného ruchu je potrebné zdôrazniť ponuku značkových – brandových ubytovacích zariadení v Bratislave, ako aj stravovacích prevádzok globálnych sietí v súlade s franchisingom, ponuku nákupných možností, ktorá je jedinečná v celoslovenskom rozmere.

Z hľadiska primárnej ponuky cestovného ruchu disponuje Bratislava a okolie jedinečnými kultúrnymi – historickými pamiatkami, zachovanými prírodnými lokalitami a chránenými úzermi, vodnými zdrojmi a plochami s dominantným postavením rieky Dunaj, lokalitami vhodnými pre hubárčenie, rybolov, poľovníctvo, pešiu turistiku, cykloturistiku (vrátane horskej cykloturistiky). V kontraste s metropolitným duchom mesta je jeho vidiecke zázemie, s typickým provinčným charakterom ponúkajúcim alternatívu k rušnému životu v centre mesta ďalšou výhodou

bratislavského regiónu. Antropogénna ponuka destinácie Bratislavský región sa vyznačuje širokou škálou kultúrnych podujatí počas celého roka, športových podujatí pre amatérov ale i profesionálnych športovcov, kvalitných gastronomických a vinohradníckych podujatí a produktov.

Slabé stránky:

Nestálosť legislatívneho prostredia vplyvajúceho na rozvoj cestovného ruchu, potenciálne zmeny inštitucionálneho zastrešenia tohto sektora v rámci vládnych štruktúr s kompetenčnými právomocami v cestovnom ruchu a nestabilita podnikateľského prostredia na Slovensku negatívne ovplyvňujú prostredie, v ktorom sa cestovný ruch na Slovensku rozvíja tak na národnej ako aj regionálnej úrovni. Nedostatky uvádzané v roku 2014 zahŕňali okrem neochoty subjektov v cestovnom ruchu spolupracovať a spájať sa za účelom dosiahnutia synergického efektu aj absenciu dostatočného počtu tematicky orientovaných produktov cestovného ruchu. BRT v rámci svojej činnosti aktívne pôsobí ako prepájajúci článok medzi súkromnou podnikateľskou sférou, tretím sektorom a organizáciami destinačného manažmentu (OOCR) v regióne s cieľom vytvárať kvalitné a konkurencieschopné produkty cestovného ruchu a podnecovať subjekty k intenzívnejšej spolupráci. Finančné poddimenzovanie krajskej organizácie s ohľadom na jej pole pôsobnosti a kompetencie v rámci územia BSK zostáva prekážkou v plnohodnotnom vykonávaní aj týchto aktivít.

Vzhľadom na stanovené priority organizácie zaradíme z dlhodobého hľadiska k slabým stránkam aj slabšiu infraštruktúru cestovného ruchu na Záhorí a v Podunajskom regióne, nedostatok zariadení pre MICE turizmus, rušenie alebo dočasné zatváranie kultúrnych inštitúcií, slabé povedomie verejnosti o environmentálnom význame a jedinečnosti územia regiónu, nevyhovujúci stav niektorých strategických objektov a infraštruktúry z pohľadu návštevníkov destinácie (hlavná železničná a autobusová stanica, stav vozoviek ap.). Slabou stránkou služieb cestovného ruchu na Slovensku, ako aj v Bratislave a okolí je aj ľudský faktor, najmä neznalosť cudzích jazykov a neochotný prístup personálu. Spomenuté faktory môžu vplývať i na negatívne vnímanie mesta Bratislava ostatnými časťami Slovenska.

Príležitosti

V súvislosti s globálnymi trendmi v cestovnom ruchu, vplyvom vývoja interného a externého prostredia cestovného ruchu na Slovensku a s prihliadnutím na zohľadnenie aktuálnych potrieb v cestovnom ruchu v lokálnom rozmere destinácie Bratislavský región definujeme najvýznamnejšie príležitosti v týchto oblastiach:

Marketing a aplikácia nových technológií

Produkty (existujúce, nové)

Cieľové trhy

Ľudský kapitál

Vzdelávanie

Marketing: súčasná doba si nekompromisne vyžaduje aplikovať nové inteligentné technológie v cestovnom ruchu, zintenzívnenie propagácie cestovného ruchu destinácie v rámci Slovenska a stredoeurópskeho priestoru prostredníctvom informačných technológií a online marketingu. Pre vybrané cieľové trhy je žiaduce aplikovať špecifické nástroje online marketingu (napr. pre východné trhy ap.). V priamom prepojení na existujúcu ponuku cestovného ruchu je z hľadiska konkurencieschopnosti destinácie príležitosťou zavedenie vzájomne funkčne prepojených „city-cards“ pre návštevníkov mesta Bratislava a okolia. Orientácia na domáci cestovný ruch a vybrané zahraničné zdrojové trhy dáva príležitosť aplikovať marketing v prepojení na významné osobnosti alebo udalosti z histórie, ktoré majú osobitý význam pre dané cieľové trhy. V súlade so stanovenými cieľovými trhmi je nevyhnutná permanentná práca so zdrojovými trhmi a marketingová podpora zainteresovaných subjektov na rozvoji CR, vrátane BSK.

Produkty: Tvorba tematických balíčkov je v súčasnej dobe nevyhnutným predpokladom zaujatia potenciálnych návštevníkov cestovného ruchu a ich následného prilákania do destinácie. Tematické balíčky by mali zohľadňovať nasledujúce kritériá: vychádzať z regionálnych a lokálnych produktov cestovného ruchu, byť prepojené na rôzne typy zážitkov, využívať históriu a príbehy regiónu na tvorbu interaktívnych produktov moderného kultúrno – poznávacieho cestovného ruchu. Zámerom je rozšíriť možnosti poznávacieho a zážitkového cestovného ruchu s cieľom aplikovať lokálne produkty, zvýšiť počet návštevníkov a najmä predĺžiť dobu pobytu. Z tematického hľadiska sa naskytuje priestor podporiť a spropagovať vybrané perspektívne formy a druhy cestovného ruchu,

ku ktorým patrí napr. téma voda a športovo - rekreačná plavba a výstavba športovísk a športových prístavísk (rieka Dunaj, Morava, Malý Dunaj). Podpora rozvoja ekoturizmu a ekologických foriem cestovného ruchu, najmä v oblasti nivy rieky Moravy, Malých Karpát a dunajských lužných lesov, tvorba ponuky cykloturistiky, ktorá predpokladá dobudovanie komplexnej cykloinfraštruktúry, rozvoj tematických náučných chodníkov, výraznejšie využitie potenciálu vidieckeho turizmu a agroturistiky v previazanosti na regióny Záhorie a Podunajsko.

Dôležitou príležitosťou je aj kontinuálna práca s existujúcimi kvalitnými produktmi cestovného ruchu, napr. Malokarpatská vínna cesta a jej intenzívnejšia propagácia v susedných krajinách (napr. pre poľský segment) a dôležité témy – Bratislava ako hlavné mesto Slovenska a kultúrno – spoločenské centrum – tvorba pozitívneho imidžu hlavného mesta medzi obyvateľmi SR. V súvislosti s prerastajúcimi rozmermi globalizácie a s unifikáciou ponuky sa neustále intenzívnejšie stáva poprednou téma podpora domácich produktov. V nadväznosti na cestovný ruch je možné existujúci jav prepojiť s vytvorením podujatí založených na miestnych tradíciách a zvykoch, v spolupráci s okolitými regiónmi a subregiónmi a organizovať miestne podujatia s kvalitnými domácimi výrobkami (možné spojiť s prezentáciou ľudových tradícií a remesiel, hudobným a kultúrno-spoločenským programom ap.).

Cieľové trhy: Prioritou pre organizáciu je orientácia na domáci cestovný ruch a prihraničné regióny. Vzhľadom na heterogénne prostredie a nevyhnutnosť diverzifikovania marketingových aktivít s ohľadom na vybrané cieľové trhy je možné identifikovať nasledujúce príležitosti: možnosti organizovaného cestovného ruchu pre ruský zdrojový trh, využitie nových leteckých spojení (linka Bratislava – Dubai), možnosti rozvoja produktov pre trhy v zdrojových krajinách so slovenskou diaspórou, ako aj možnosti rozvoja ponuky v prepojení na historické súvislosti pre dané segmenty zdrojových trhov (Maďari, Rakúšania, Rusi).

Vzdelávanie: ľudský faktor je jedným z najviac ovplyvňujúcich faktorov spokojnosti resp. nespokojnosti návštevníkov cestovného ruchu s poskytovanými službami a je významným mienkotvorným činiteľom o všeobecnej úrovni a kvalite služieb cestovného ruchu v regióne, resp. v navštívenom cieľovom mieste. Na existujúci systém verejného vzdelávania v cestovnom ruchu v sieti stredných a vysokých škôl so zameraním

na výučbu cestovného ruchu a príbuzných odvetví by mal nadväzovať systém spolupráce so školami, prepojenie vzdelávania s praxou, vytvorenie podmienok na uplatnenie v praxi pre kvalitnú, kvalifikovanú a vzdelanú pracovnú silu. S cieľom vylepšiť imidž hlavného mesta SR a príľahlého regiónu aj snahou o prítiahnutie školskej mládeže a školských výletov do Bratislavy a okolia. Pre pracovníkov cestovného ruchu je nevyhnutné permanentné doškoľovanie a výcvik pre kontakt so zákazníkmi. Jednou z potenciálnych oblastí pôsobenia krajskej organizácie je aj vytvorenie edukačných centier so vzdelávacou a osvetovou funkciou, zameraných na poznávanie histórie, kultúry a tradície regiónu, ako aj jeho prírodných atraktivít interaktívnou formou.

Každým rokom činnosti krajskej organizácie sa prehlbuje a zintenzívňuje nadväzovanie spolupráce medzi verejným a súkromným sektorom a sieťovanie subjektov v regióne. Žiaduce je dosiahnutie stavu, kedy sa vďaka existencii kvalitnej a komplexnej ponuky cestovného ruchu (primárnej a sekundárnej vrátane infraštruktúry CR), efektívnemu marketingu a práci so zdrojovými trhmi dosiahne vyššia návštevnosť regiónu, predĺženie doby pobytu návštevníkov a tým aj zvýšenie tržieb ubytovacích zariadení a vplyvom multiplikačného efektu aj rast ostatných ukazovateľov v príbuzných a nadväzujúcich odvetviach cestovného ruchu. Vďaka výhodnej polohe Bratislavského regiónu v priestore strednej Európy a v rámci krajín V4, je nevyhnutné rozvíjať a prehľbovať cezhraničnú a inter-regionálnu spoluprácu v cestovnom ruchu, najmä s Rakúskom, Maďarskom a Českom.

Ohrozenia:

Odvetvie cestovného ruchu je charakteristické najmä jeho výraznou citlivosťou na zmeny týkajúce sa politického, ekonomického, hospodárskeho prostredia a geopolitickej situácie, ako aj prírodných podmienok. Reaguje negatívne na akékoľvek menšie či väčšie impulzy v podobe prírodných katastrof, vojenských konfliktov, hospodárskych kríz, zmene politických režimov ap. Tieto faktory patria k významným činiteľom ohrozujúcim stabilný a trvalo udržateľný rozvoj cestovného ruchu v krajine, nie sú však špecifické v regionálnom rozmere a majú väčší význam v národnom, resp. nadnárodnom rozmere konkurencieschopnosti vybranej cieľovej krajiny (Slovenska) na medzinárodnom trhu CR. Na činnosť KO CR BRT významne vplýva nestabilné legislatívne

prostredie v cestovnom ruchu na Slovensku a meniace sa podmienky získavania dotačných zdrojov, ako aj pomalý rozbeh nového programovacieho obdobia s cieľom čerpať európske fondy a nový systém programov pre čerpanie európskych fondov.

V rámci efektívneho rozvoja cestovného ruchu je dôležitá aj spolupráca medzi KOČR BRT a komunálnymi subjektmi, kde sa ako prekážka javí nedostatočná spolupráca medzi jednotlivými mestskými časťami, hlavným mestom Bratislava a ostatnými mikroregiónmi v rámci BSK. Z hľadiska stanovených cieľov v destinácii je prekážkou rozvoja cestovného ruchu aj slabá spolupráca inštitúcií podieľajúcich sa na spravovaní chránených území (ochranári, lesníci, poľovníci, rybári ap.). Ohrozenia, ktoré môžu pri ich nedostatočnej eliminácii prerásť v slabé stránky destinácie, vzhľadom na ich charakter a bezprostrednú naviazanosť na samotné cieľové miesto zahŕňajú nedostatočnú rovnováhu medzi cenou a kvalitou v službách cestovného ruchu, pretrvávajúce využívanie destinácie na prevažne krátkodobé výlety a dovolenky a to najmä v letnom období, či diskrepancie ekonomickej úrovne a socio-ekonomického postavenia miestneho obyvateľstva v rámci BSK. Z pohľadu konkurencieschopnosti destinácie v rámci stredoeurópskeho resp. európskeho priestoru ohrozuje jej postavenie tlak v krajinách zdrojových trhov na zvyšovanie domáceho cestovného ruchu, výraznejšia a zaujímavejšia ponuka balíčkov a zážitkov z okolitých krajín.

Zhodnotenie aktivít roku 2014

V roku 2014 si KOČR BRT stanovila za cieľ stabilizovanie produktovej ponuky destinácie Bratislavský región najmä v rovine udržateľných regionálnych a mestských podujatí, ktoré majú ambíciu získavať pre región čoraz viac domácich ako aj zahraničných návštevníkov. Kontinuálne na to nadviazať spoluprácu s nositeľmi takých projektov, ktoré rozšíria produktovú ponuku hlavného mesta Bratislava a najmä okolitého regiónu, s hlavným zámerom jej zatraktívnenia a tým predĺženia pobytu a dĺžky prenocovania v celom regióne. Na základe aktivít realizovaných v roku 2014 v súlade s predloženým projektom je možné konštatovať, že sa organizácii stanovený cieľ podarilo naplniť. Dôležité je pritom zohľadniť nielen kvantitatívne štatistické ukazovatele, ale aj kvalitatívny rozmer realizovaných aktivít a ich vplyv na ďalší rozvoj cestovného ruchu v destinácii

a zlepšenie partnerskej spolupráce zainteresovaných subjektov. Napriek relatívnemu poklesu výkonnosti cestovného ruchu na Slovensku a tak i v rámci BSK (dostupné štatistické ukazovatele uvedené vyššie) v roku 2014 oproti roku 2013 konštatujeme, že portfólio aktivít krajskej organizácie v spolupráci s partnermi prispelo k sociálnemu, kultúrnemu, spoločenskému a ekonomickému rozvoju destinácie.

Hlavné oblasti pôsobenia organizácie v roku 2014 podľa zákona 91/2010:

marketing a propagácia, najmä účasť na veľtrhoch, výstavách, prezentáciách, tvorba propagačných a informačných tlačovín okrem knižných publikácií, tvorba a podpora produktov cestovného ruchu, podporu atraktivít danej lokality tak, aby sa stali súčasťou stálej ponuky v cestovnom ruchu, infraštruktúru cestovného ruchu okrem výstavby zariadení určených na ubytovanie, zabezpečenie strategických, koncepčných a analytických materiálov a dokumentov, štatistik a prieskumov, vzdelávacie aktivity zamerané na skvalitnenie a rozvoj destinácie a cestovného ruchu v nej.

Organizácia Bratislava Region Tourism realizovala v priebehu roku 2014 aktivity v súlade s prioritami stanovenými v žiadosti o poskytnutie nenárokovateľnej dotácie MDVaRR SR na podporu projektu rozvoja cestovného ruchu na rok 2014, ktorá bola spolufinancovaná tiež z členských príspevkov. BRT sa zamerala na realizovanie marketingových aktivít, najmä na tvorbu tematických brožúr o turistickej ponuke regiónu v oblasti kultúry a histórie, relaxu a gastronómie a o top atraktivitách regiónu, pričom má k dispozícii brožúry v 10 jazykových mutáciách, čo umožňuje orientáciu nielen na prioritné zdrojové trhy, ale aj na vzdialenejšie perspektívne trhy s potenciálom (Čína, Taliansko, Španielsko, frankofónne krajiny).

Kalendár podujatí informuje o všetkých podstatných podujatiach v regióne, vrátane kontaktných informácií na usporiadateľov, prevažne partnerov BRT. Účasť na medzinárodných veľtrhoch a výstavách cestovného ruchu so zameraním na zdrojové trhy (Bratislava, Viedeň, Praha, Krakov) i potenciálne trhy (COTTM Beijing) pomáha zviditeľneniu destinácie a získavaniu dôležitých kontaktov. V roku 2014 sa organizácia intenzívnejšie zamerala i na segment MICE (kongresový turizmus), čomu prispôsobila ciele svojich aktivít – účasť na veľtrhoch so zameraním na B2B klientelu (ITB

Berlín, IMEX Frankfurt, WTM Londýn, EIBTM Barcelona). V spolupráci s partnermi, vládnymi a mimovládnymi inštitúciami ekonomického, hospodárskeho, kultúrno-spoločenského zamerania BRT aktívne prezentovala región a propagovala turistickú ponuku na rôznych fórach na Slovensku (9 prezentácií) a v zahraničí (7 prezentácií).

Výsledkom uvedených aktivít je rast povedomia a popularity destinácie (zvýšenie návštevnosti web stránky organizácie, rast popularity na sociálnej sieti facebook – cca 16 000 like-ov) a organizovaných podujatí (zvýšenie návštevnosti jednotlivých podujatí oproti predchádzajúcim ročníkom, zvýšenie kvality podujatí – zdôraznenie ich prepojenia na región). Vďaka početnosti aktivít BRT sa postupne upevňuje postavenie značky destinácie v povedomí všeobecnej i odbornej verejnosti, čím sa zvyšuje jej konkurencieschopnosť a aj vďaka edičnej tvorbe rastie informovanosť o ponuke destinácie.

V rámci komunikácie a práce s odbornou i širokou verejnosťou využívala organizácia všetky dostupné a efektívne komunikačné nástroje a nástroje podpory produktu s cieľom zvýšiť informovanosť odborníkov v cestovnom ruchu a návštevníkov o aktivitách organizácie ako aj o ponuke regiónu. Okrem web stránky (v 4 jazykoch) a sociálnych sietí (facebook v 4 jazykoch), s ktorými organizácia aktívne pracuje (nárast „likes“ SVK facebook page takmer o 306 % za rok 2014), sa realizovali webbannerové kampane a komunikačná podpora vlastných a partnerských projektov (takmer 40), inzercia v printových, audio a online médiách zacielená na konkrétne cieľové skupiny návštevníkov, čo malo za výsledok rast návštevnosti organizovaných podujatí i sledovanosti online komunikačných ciest organizácie.

Tvorba a podpora produktov cestovného ruchu tvorí ďalšiu dominantnú podstatu činnosti organizácie. Vlastné projekty BRT boli nadregionálneho významu a zamerali sa na prezentáciu a zviditeľnenie tradičných gastronomických, produktových a remeselných špecifik destinácie Bratislavský región a ostatných regiónov Slovenska (FARM FEST) a na zvýšenie záujmu a povedomia širokej verejnosti o historických, kultúrnych a prírodných pamiatkach regiónu (Objavuj poklady bratislavského regiónu). Partnersky sa BRT spolupodieľala na organizovaní mnohých významných akcií a eventov v regióne so zameraním na kultúru, históriu, šport a aktívne trávenie voľného času, umenie a remeslá, gastronómiu a vinárstvo a ďalšie príbuzné témy. Keďže sa jedná prevažne o viacdňové

(víkendové) podujatia, sleduje sa pritom dosiahnutie zvýšenia návštevnosti regiónu, zvýšenie počtu prenocovaní, ako aj rast priemernej dĺžky pobytu návštevníka v regióne.

S cieľom zvyšovať povedomie o destinácii a prispievať k tvorbe jej pozitívneho imidžu zorganizovala BRT samostatne (3 krát) alebo s partnermi (5 krát) infocesty, famtripy a inšpekčné cesty pre novinárov, touroperátorov a inú odbornú verejnosť cestovného ruchu prevažne zo zahraničia. Výsledkom boli kladne ladené PR články a iné mediálne výstupy, rozšírenie ponuky zahraničných touroperátorov o Bratislavu a okolie, možné otvorenie nových príjazdových trhov. V rámci infraštruktúry cestovného ruchu prispieva organizácia svojimi aktivitami k zvyšovaniu jej úrovne a jej celkovému skvalitneniu. Sú vytvorené podmienky (štúdia značenia turistických atraktivít) na osadenie uvítacích tabúlí na cestných komunikáciách do BSK, zriadili a prevádzkujú sa partnerské infopointy v regióne (letisko, centrum mesta) aj v zahraničí (Schlosshof, Gate to Bratislava Viedeň) s turistickou ponukou regiónu a inštaloval sa cyklosčítač na Cyklomoste slobody v Devínskej Novej Vsi za účelom získania štatistických údajov o využití mosta. Za prvý polrok fungovania cyklosčítača (18.7. – 18.1. 2015) ním prešlo 106 485 návštevníkov, z toho 58 % tvorili chodci a 42 % cyklisti.

Zabezpečenie strategických (Marketingová stratégia rozvoja DBR doma i v zahraničí pre roky 2014-2016 s výhľadom do roku 2020), koncepčných a analytických dokumentov vrátane prieskumov a štatistík cestovného ruchu zo strany BRT predstavuje relevantné podklady v rámci systematického prístupu k rozvoju cestovného ruchu v regióne a slúži všetkým verejným a súkromným subjektom aktívnym v CR na stanovenie priorít a plánu aktivít do budúcich rokov.

Vzdelávacia a osvetová činnosť, konzultácie a poradenské služby sú dôležitou súčasťou portfólia aktivít krajskej organizácie. Účasť na zasadnutiach rady SACR, stretnutia na úrovni Ministerstva dopravy, výstavby a regionálneho rozvoja SR, vyšších územných celkov a KOOCR a OOCR na Slovensku, ako aj iné odborné stretnutia, konferencie a semináre spolu s poskytovaním stáže vysokoškolským študentom v odbore cestovný ruch patria k aktivitám organizácie v tejto oblasti. Výsledkom je výmena skúseností a know-how v oblasti destinačného manažmentu, definovanie úloh a kompetencií v rozvoji cestovného ruchu na Slovensku ako aj diskusia o aktuálnej problematike v tejto oblasti. BRT v nadväznosti na predchádzajúce

	<p>roky činnosti kontinuálne pokračovala v rozvíjaní spolupráce so svojimi členmi (OOCR Bratislava Tourist Board a OOCR Región Senec), v nadväzovaní nových partnerstiev a v sieťovaní subjektov cestovného ruchu v regióne.</p>
<p>Popis projektu: (krátky popis zámeru, cieľa projektu)</p>	<p>Základným zámerom projektu krajskej organizácie pre rok 2015 je zadefinovať a aktívnym prístupom aplikovať rozpoznateľný pozicioning destinácie Bratislavský región v ponímaní obyvateľov samotného regiónu či celého Slovenska a aj okolitých regiónov v zahraničí. Vzhľadom na to, že Bratislavský región je relatívne malým v kontexte strednej Európy či regiónu Centrope musí jeho marketing spočívať najmä v zdôraznení osobitostí ktoré ponúka, resp. ktorými sa odlišuje od okolitých susedných regiónov. Ďalšími determinantami sú relatívne obmedzené finančné disponibilné zdroje alokované práve na marketing a prezentáciu destinácie Bratislavský región či už z členských prostriedkov alebo z nenárokovateľnej dotácie od MDVRR, poloha na rozhraní štyroch krajín, stále viac narastajúci význam rieky Dunaj a v neposlednom rade aj neopozieranosť a stále aj veľká neznáma destinácie v porovnaní s Viedňou, Prahou či Budapešťou.</p> <p>Je preto potrebné čoraz intenzívnejšie a precíznejšie definovať základné smerovania aktivít krajskej organizácie a prispôbiť im aj drvivú väčšinu všetkých jej aktivít, zintenzívniť ich výkon a adekvátne tomu vyčleniť aj finančné zdroje potrebné na ich výkon. Už Marketingová stratégia Slovenska na roky 2014-2020 (SACR) hovorí o súčasných a predpokladaných vývojových trendoch cestovného ruchu v celej Slovenskej republike pre krátkodobú stratégiu z pohľadu priorít. Prvou veľkou skupinou sú aktivity orientované na výraznejšie zvýšenie tempa rastu návštevníkov Slovenska zo susedných štátov (Česká republika, Maďarsko, Poľsko, Ukrajina, Rakúsko) a v druhom slede na dosiahnutie dynamickejšieho zvyšovania počtu návštevníkov z krajín s vysokým trhovým potenciálom (Nemecko, Ruská federácia, Veľká Británia). Tento proces bude následne viesť k rastu počtu prenocovaní a s tým spojených spotrebných výdavkov zahraničných návštevníkov počas pobytu na Slovensku. Taktiež smerovať svoje marketingové aktivity aj na domáce obyvateľstvo, ktoré bude prostredníctvom efektívnych nástrojov marketingovej komunikácie pozitívne motivovať k účasti na domacom cestovnom ruchu.</p> <p>Pri snahe o implikáciu týchto trendov</p>

v podmienkach destinácie Bratislavský región možno konštatovať, že Bratislavský kraj nedisponuje jednoznačnou, v porovnaní s ďalšími regiónmi konkurencieschopnou USP (Unique Selling Proposition), ktorá by bola zásadne atraktívna pre turistov zo susedných krajín. Napriek tomu má však Bratislavský kraj veľký potenciál byť veľmi atraktívnym pre slovenského/domáceho turistu. Pre tento segment ponúka viacero hmotných i nehmotných zaujímavých atraktivít. Veľkú rolu v tomto zohráva predstava, že by každý občan Slovenska mal spoznať svoje hlavné mesto a jeho okolie. Ako bolo vyššie spomínané, Bratislavský región je stále málo poznaný, nemá problémy s masovým dopytom, čo je možné využiť z aspektu udržateľného cestovného ruchu. Má výbornú polohu – dobré napojenie na cesty, vlaky, aj lodnú dopravu. Pre zahraničnú klientelu je Bratislava tiež dostupná leteckými linkami nízkonákladových spoločností.

V procese analyzovania jedinečnosti našej destinácie nemožno opomenúť jeden základný fakt, a to že sa v nej nachádza mesto Bratislava, čo samo zaručuje istý prísun domácich ako aj zahraničných návštevníkov. Ich motivácia navštíviť náš región je z dôvodu, že Bratislava je hlavným mestom Slovenskej republiky ako členskej krajiny EÚ, historickým mestom, kde sa prelína história od dvoch tisícročí a viacerých štátnych útvarov, je tiež z pohľadu obyvateľa SR hlavným mestom biznisu, kultúry a vzdelávania. Pri konkretizácii zámerov projektu a vzhľadom na súčasnú situáciu, rozmery destinácie, konkurenciu susedných regiónov je nutné vytvoriť prvotný dopyt návštevníkov prostredníctvom podujatí (eventov), intenzívneho PR a komunikácie v rámci SR a okolitých regiónov, aktívnej prezentácii destinácie po Slovensku a v okolitých regiónoch či už širokej verejnosti alebo firemnej/korporátnej klientele.

Základnými cieľmi a piliermi projektu sú nasledujúce priority:

domáci cestovný ruch vo forme prezentácie destinácie širokej verejnosti počas roka, podpory a aktívneho vytvárania produktov cestovného ruchu pre domácu klientelu z ostatných regiónov Slovenska či aktívnej komunikácie na Slovenskom trhu. Hlavným cieľom je prilákanie domácich návštevníkov ku spoznávaniu atraktivít Bratislavského regiónu a zvýšenie jeho konkurencieschopnosti ako významnej destinácie v rámci domáceho cestovného ruchu. Druhou markantnou súčasťou tejto priority je pozicioning Bratislavského regiónu v myšliach domáceho

obyvateľstva a následná zmena vnímania image Bratislavského regiónu pozitívnym smerom. Taktiež zvýšenie motivácie niche-ových skupín prísť do regiónu a realizovať v ňom svoje aktivity.

podpora miestnych a medzinárodných podujatí „nicových segmentov“ (rôznych menších záujmových skupín) v Bratislavskom regióne. Tieto záujmové skupiny sú typicky veľmi dobre komunikačne prepojené a prostredníctvom online komunikácie dokážu vo svojom okolí veľmi efektívne spropagovať hosťiteľský región. Pri podujatiach ide tiež o produkty CR, ktoré vytvárajú pocit zážitku a sú v maximálnej miere využiteľné pre ponuku v cestovnom ruchu. Viaceré z plánovaných podujatí majú medzinárodný charakter, čo predurčuje atraktivnosť aj pre zahraničnú klientelu. Sú významným predpokladom pre zatriaktivnenie Bratislavského regiónu prostredníctvom aktivít, ktoré sú lokalizované v exitujúcich hmotných – hmatateľných atraktivitách prírodného alebo kultúrneho charakteru. Nepochybniteľne teda predstavujú jednu zo síl konkurencieschopnosti kraja v cestovnom ruchu.

Viacročná, pravidelná existencia a záujem zo strany dopytu vytvára predpoklady pre postupný úspešný vývoj daného podujatia na regionálnu, neskôr cezhraničnú a potenciálne aj na medzinárodnú úroveň. zahraničný cestovný ruch - okolité krajiny. Cieľom je pokračovať v doterajšej podpore pre zdrojové trhy z okolitých krajín a v marketingu ako takom sa zameriavať hlavne na bezprostredné okolie Bratislavského regiónu, či centrá susedných krajín. Z komunikačného hľadiska sa sústrediť na lokálne komunity a ich potreby. Taktiež na organizovanie infociest a famtripov pre odbornú verejnosť a relevantné médiá. Špecifickou cieľovou podskupinou sú pre krajskú organizáciu zahraniční návštevníci z tretích krajín, ktorí primárne prichádzajú navštíviť Viedeň a z dôvodu geografickej blízkosti je možné ponúknuť im návštevu Bratislavy a okolitého regiónu.

MICE – firemné stretnutia a školenia, podpora konferencií a medzinárodných stretnutí. Realizácia Primárne v ubytovacích zariadeniach vyššej kategórie v okolí Bratislavy, ktoré ponúka tiché prostredie a špecifickú atmosféru. Zameranie sa v prvom rade na spoločnosti a firmy so sídlom v Bratislave, sekundárne na SME firmy sídliace vo Viedni a Brne. Cielenie Bratislavského regiónu na ostatné zdrojové trhy nebude uskutočňované samostatne, ale v rámci aktivít celého Slovenska ako destinácie cestovného ruchu napr. prostredníctvom SACR. Tiež aktivity ako realizácia infociest pre vybrané skupiny hosted buyerov,

	<p>touperátorov, predajcov služieb, profesionálnych organizátorov kongresov, konferencií a motivačných ciest ako aj poskytovanie podpory pre organizátorov MICE konferencií, podujatí a tiež pre profesijné združenia</p>
<p>Aktivity projektu: (vedú sa aktivity podľa § 29 ods. 10 zákona, ktoré bude žiadateľ realizovať v rámci projektu)</p>	<p>Medzi základné aktivity KOCR Turizmus regiónu Bratislava podľa § 29 ods. 10 Zákona o podpore cestovného ruchu, ktoré bude organizácia realizovať počas roka 2015, patria:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. marketing a propagácia, najmä účasť na veľtrhoch, výstavách, prezentáciách, tvorba webového sídla, tvorba loga organizácie cestovného ruchu, elektronický marketing, tvorba zľavových produktov, tvorba propagačných a informačných tlačovín okrem knižných publikácií, 2. tvorba a podpora produktov cestovného ruchu, 3. podporu atraktivít danej lokality tak, aby sa stali súčasťou stálej ponuky v cestovnom ruchu, 4. infraštruktúru cestovného ruchu okrem výstavby zariadení určených na ubytovanie, 5. zabezpečenie strategických, koncepčných a analytických materiálov a dokumentov, štatistík a prieskumov, 6. vzdelávacie aktivity zamerané na skvalitnenie a rozvoj destinácie a cestovného ruchu v nej. <p>Na väčšinu aktivít v rámci projektu vynakladá organizácia finančné prostriedky z dotácie MDVRR SR. Členské zdroje ako i plánované príjmy slúžia najmä na zabezpečenie chodu, fungovania organizácie, prevádzkové náklady, mzdy, odvody, dane ako i na financovanie neoprávnených nákladov spojených buď s realizáciou samotných aktivít alebo s plnením zadania valného zhromaždenia organizácie. Taktiež sú však súčasťou kofinancovania projektu</p>
<p>Ťažiskové formy cestovného ruchu v regióne pôsobenia žiadateľa:</p>	<p>Medzi ťažiskové formy cestovného ruchu (CR) v destinácii Bratislavský región môžeme zaradiť:</p> <ul style="list-style-type: none"> - mestský, poznávací, kultúrny CR (mestské kultúrno-poznávacie pobyty, divadlá, vernisáže, regionálne podujatia) - obchodný CR – služobné cesty, kongresy, veľtrhy, nákupná turistika - športový/dobrodružný/zážitkový CR (vodné aktivity, bežecké podujatia, koncerty a festivaly, športové podujatia - KHL) - incitívny/stimulačný CR (gastro turistika a vína)

	turistika, city break, clubbing) - relaxačný CR (pobyty pri vode, pešia turistika, hiking, wellness)	
Základné indikátory – výstupy projektu na území žiadateľa v ktorých:	skutočnosť v roku 2014	plán v roku 2015
Počet prenocovaní (uvedú sa prenocovania podľa § 2 písm. d) zákona na základe štatistického zisťovania)	Celý rok: 2 024 473 Trištvrte rok: 1 540 731	2 100 000
Výška vybratej dane za ubytovanie	2 881 594,25 (118 884,09 + 2 762 710,16)	2 910 000

Ďalšie indikátory – výstupy projektu na území žiadateľa v súvislosti od zamerania projektu, napríklad:	skutočnosť v roku 2014	plán v roku 2015
Počet jednodňových návštevníkov	Odhad 2014: 3 500 000 (rezidenti SR plus zahraniční) – ŠÚ nezisťoval v roku 2014 – zmena metodiky 2013: 2 523 598 (rezidenti SR) – ŠÚ zisťoval len rezidentov	3 600 000 (rezidenti plus zahraniční)
Počet zamestnaných v cestovnom ruchu	ŠÚ SR nesleduje	ŠÚ SR nesleduje
Počet osôb, ktoré sa zúčastnili školenia	200	250

Finančné vyúčtovanie dotácie

Názov prijímateľa:
Názov projektu:

Príloha č. 2 k zmluve

Aktivita	Účtovný doklad			Podklad finančnej operácie ++	Predmet dodávky	Dodávateľ	Úhrada			
	Číslo	Druh +	Zo dňa				Spôsob úhrady		Dňa	Suma (v eurách)
							prevoďom ¹	v hotovosti ²		
Spolu (v eurách)	x	x	x	x	x	x	x	x	x	
Spolu (v eurách)	x	x	x	x	x	x	x	x	x	
Spolu (v eurách)	x	x	x	x	x	x	x	x	x	
Dotácia spolu (v eurách)	x	x	x	x	x	x	x	x	x	

Vysvetlivky: + účtovný doklad (napr.: faktúra, účtenka a pod.); ++ č. zmluvy, objednávky, dohody; *číslo bankového výpisu; **číslo výdavkového pokladničného dokladu (VPD)
Upozornenie: Ak je prijímateľ dotácie registrovaným platcom DPH, táto nie je pri vyúčtovaní dotácie považovaná za oprávnený výdavok.

Vyhotožil (meno, priezvisko, podpis):

Schválil (meno a priezvisko štatutárneho orgánu, podpis štatutárneho orgánu):

Miesto a dátum vyhotovenia: