

Formulovaná vízia

Víziou destinácie Bratislava je byť dobrým mestom pre život: to znamená, byť príjemným, praktickým, starostlivým, otvoreným, pestrým, tolerantným, kultúrnym, živým a energickým mestom. Z hľadiska cestovného ruchu to znamená, že Bratislava sa postupne blíži k nasýtenosti turistami (1,8 – 2,0 mil. návštevníkov ročne), z čoho vyplýva, že si mesto musí začať vyberať, o akých turistov má záujem (odborníci, talentovaní ľudia, ľudia prichádzajúci

za konkrétnym cieľom, ľudia so záujmom pochopiť strednú Európu, hľadajúci alternatívu voči okolitým veľkomestám, náročných turistov), ktorí svojimi požiadavkami budú posúvať kvalitu služieb v cestovnom ruchu v destinácii na vyššiu úroveň. Víziou Bratislavy 2030 je dosiahnuť priemerný počet 3 prenocovaní a súčasne byť atraktívnym mestom pre turistov.

Štruktúra cieľov a opatrení

Špecifický cieľ Zmena, ktorú chceme dosiahnuť	Merateľný ukazovateľ výsledku Premenná, ktorá opisuje žiadanú zmenu stavu	Opatrenie Aktivita, ktorá vyvoláva zmenu smerom k špecifickému cieľu
Dáta a analýzy	<ul style="list-style-type: none"> počet zariadení cestovného ruchu, z ktorých sú získavané údaje o návštevnosti v čase priemerný objem výdavkov návštevníkov mesta 	<ul style="list-style-type: none"> sociologická štúdia (primárny výskum) – segmentácia návštevníkov pravidelný zber údajov formou primárneho výskumu pravidelný zber „smart“ údajov z wifi, SIM cards, on-line komunikácie (v súlade s GDPR) pravidelná dátová pasportizácia z podnikov, ktoré poskytujú služby CR (mestské podniky, súkromný sektor) analýza výdavkov návštevníkov (leisure/MICE) motivačná schéma pre buyerov v MICE vytvorenie SMART aplikácie – informovanie a služby cestovného ruchu
Identita mesta a značka (brand) mesta	<ul style="list-style-type: none"> počet subjektov CR certifikovaných envirocertifikátom počet lokálnych komunít, s ktorými je nadviazaná aktívna spolupráca v cestovnom ruchu 	<ul style="list-style-type: none"> certifikácia Q, environmentálna certifikácia - prospešné pre občanov aj CR konceptný prístup s cieľom pocitu spokojnosti a hrdosti Bratislavčana na svoje mesto práca s lokálnymi komunitami zo slovenských regiónov a využitie aj pre potreby CR unifikácia požadovaných kritérií pri poskytovaní vybraných služieb v meste (napr. taxi vrátane jednotného označenia a farby) rozvoj značky (brand) Bratislava vo vzťahu ku trhu CR s využitím štandardných marketingových nástrojov komunikácia so zahraničnými trhmi komunikácia a spolupráca s regiónmi v SR ku preklenutiu pocitu Bratislavocentrizmu podpora návštevy školských skupín detí a mládeže zo slovenských regiónov
Manažment a marketing CR v BA	<ul style="list-style-type: none"> počet zamestnancov mesta pridelených na riešenie agendy cestovného ruchu podiel príjmov mesta generovaných sektorom cestovného ruchu 	<ul style="list-style-type: none"> vypracovať dokument „Konceptia rozvoja CR pre hl. mesto SR Bratislava“ zriadiť na magistráte útvar s portfóliom „Cestovný ruch“ na úrovni odboru alebo oddelenia permanentná vzájomná komunikácia a spolupráca BTB a tohto útvaru komunikácia mesta s príslušnými ministerstvami ku otázkam CR prepojenie dotačného mechanizmu mesta a spolupráce s BTB aktívna daňová politika s elimináciou úniku miestnych daní z tzv. zdieľanej ekonomiky (AirBnB, Bolt atď)
Udržateľnosť a vzájomná symbióza mesta a cestovného ruchu	<ul style="list-style-type: none"> podiel výdavkom mesta viazaných na cestovný ruch vnímanie miest prvého kontaktu návštevníkmi (kvalitatívna analýza) 	<ul style="list-style-type: none"> nastavenie priorít spolupráca mesta a BTB pri hľadaní zdrojov financovania resp. spolufinancovania (infraštruktúra v kompetencii mesta, marketing v kompetencii BTB) konceptné riešenie nástupných terminálov, odstavných parkovísk a parkovacej politiky s dosahom na celé mesto rozvoj ZOO
Koordinácia rozvoja cestovného ruchu a marketingových aktivít	<ul style="list-style-type: none"> výška príspevku mesta do BTB počet spoločných projektov/ spoluprác medzi mestom a ostatnými partnermi v cestovnom ruchu (štát, developeri) 	<ul style="list-style-type: none"> pravidelná komunikácia zainteresovaných aktérov komunikácia o návrhoch mesta do projektov BTB v časovom predstihu zapojenie mesta ako významného aktéra do projektov developerov, ktoré súvisia s CR s cieľom kompetencie pripomienkovať resp. v prípade možnosti aj ekonomicky participovať na následnej ekonomickej činnosti (kongresové centrum a pod.)