**Bratislava sa vybrala správnym smerom, môže zarobiť až 12 miliónov EUR**

**Bratislava, 26.8.2016 – Nová komunikačná stratégia Bratislavy ako destinácie kongresového cestovného ruchu bola overená v praxi. Hlavné mesto Slovenska potvrdilo svoj potenciál priťahovať biznis podujatia, ktoré umožnia neustále zvyšovanie úrovne služieb, kvality života a reputáciu mesta. Vyplynulo to z hodnotenia 20 kvalifikovaných nákupcov incentívnych podujatí, ktoré pripravila organizácia Bratislava Tourist Board (BTB).**

Organizácia BTB počas dvoch dní uplynulého týždňa pripravila za podpory Ministerstva dopravy, výstavby a regionálneho rozvoja, Slovenskej agentúry pre cestovný ruch a ďalších partnerov Fam Trip pre 20 európskych nákupcov. Jeho úlohou bolo predstaviť Bratislavu ako kvalitnú destináciu pre organizovanie firemných podujatí. „Toto stretnutie vďaka podpore spoluorganizátorov dosiahlo trhovú hodnotu až 30 000 EUR, čo vnímame ako prejav dôvery zo strany komerčného sektora voči organizácii BTB a mestu Bratislava v plánoch zmeniť komunikáciu Bratislavy vo svete,“ uviedla A. Melicharová, predsedníčka predstavenstva BTB.

Účastníci Fam Tripu mohli spoznať Bratislavu z mnohých pohľadov. „Počas týchto dní aktívneho programu mali účastníci možnosť vidieť napr. robotickú výrobu áut v VW, jazdiť po Dunaji na rýchločlnoch, zažiť vysokú gastronómiu v okolitých viniciach a oboznámili sa s históriu a centrom Bratislavy pomocou interaktívnej hry na tabletoch,“ priblížila N. Erneker, vedúca Bratislava Convention Bureau.

Stretnutie s primátorom

Na stretnutiach, ktoré absolvovali účastníci Fam Tripu sa zúčastnili mnohí odborníci veľkých slovenských firiem, zástupcovia startupov, ale aj reprezentanti verejných organizácii. Jedno zo stretnutí sa konalo v Primaciálnom paláci, kde ich osobne uvítal primátor. „Sme veľmi radi, že mesto podporuje našu snahu prilákať do Bratislavy veľké firmy, ktoré tu chcú organizovať svoje stretnutia, konferencie ako aj incentívne pobyty,“ doplnila Melicharová.

Z výsledkov, ktoré spracovala organizácia BTB pomocou aplikácie SLI.DO vyplynulo, že až 88 % účastníkov Fam Tripu si myslí, že heslo Bratislavy „suprisingly close, exceptionally smart“ je skutočne pravdivé a určite by Bratislavu odporučili svojim klientom.

Fam Trip (z angličtiny familiarization trip) je celosvetovo zaužívané slovné spojenie, akým destinácie prezentujú to najlepšie zo seba pred konkrétnou cieľovou skupinou. Je to v podstate niečo ako inšpekčná cesta do destinácie, v tomto prípade do Bratislavy a okolia. Účel je predviesť, ukázať a dať možnosť „ochutnať“ čo možno najviac a čo možno najlepšie veci ľuďom s potenciálom predávať tieto služby svojím klientom.