**TLAČOVÁ SPRÁVA**

**Bratislava je pripravená na zvýšený nárast turistov v letnej sezóne**

**Bratislava 13. júna 2016 – Bratislava je pripravená na tohtoročnú letnú turistickú sezónu. Tento rok očakávame v Bratislave výrazný nárast turistov, ktorý je nepochybne aj výsledkom nového prístupu vedenia mesta a mestských organizácií v Bratislave. Na turistov a návštevníkov mesta čakajú totiž nové informačné centrá, nové propagačné materiály či mobilné aplikácie. Bratislava sa popri prezentácii historicko-kultúrneho potenciálu bude prezentovať aj ako inovatívna start-upová a technologická destinácia.**

Počet turistov v Bratislave neustále rastie. V roku 2015 naše hlavné mesto navštívilo napríklad viac ako milión návštevníkov. S nadchádzajúcim predsedníctvom Slovenska v Rade EÚ Bratislava očakáva ešte väčší nápor. Už od začiatku roku 2016 štatistiky ukazujú viac než **25%-ný** nárast turistov.

***„K svojej práci pristupujeme všetci veľmi zodpovedne. Tieto čísla sú určite aj výsledkom novej energie a nového prístupu vedenia mesta a mestských organizácií k Bratislave. Upravujeme verejné priestory, čistíme mesto, vysádzame stromy a kvety, opravujeme cesty, nakúpili sme nový mobiliár, odstraňujeme vizuálny smog a graffiti, propagujeme Bratislavu viac v zahraničí. Posilňujeme tak konkurencieschopnosť Bratislavy voči ostatným európskym metropolám a výsledky sa postupne dostavujú. Nebude totiž úspešné Slovensko bez úspešnej Bratislavy a naopak. Robím všetko preto, aby sa Bratislava stala úspešným mestom“****,* povedal primátor Ivo Nesrovnal.

Je predpoklad, že nárast príjazdov a prenocovaní turistov bude pokračovať i v tomto roku. Okrem európskych delegácií sa očakáva aj veľké množstvo zahraničných turistov. BTB preto v spolupráci so svojimi partnermi otvára informačné centrá na vstupných bránach do Bratislavy. Návštevníci sa tak budú môcť informovať o Bratislave na 10 oficiálnych miestach a to: v centre mesta, na železničnej a autobusovej stanici, na letiskách a v prístavoch lodnej dopravy v Bratislave a vo Viedni, pod Mostom SNP v podobe cyklopointu a v Hainburgu.

***„Od začiatku roka intenzívne komunikujeme Bratislavu ako turistickú destináciu na najvýznamnejších veľtrhoch a výstavách, pripravili sme množstvo infociest pre zahraničných novinárov a touroperátorov, realizujeme rozhlasové, printové a online reklamné kampane doma a výrazné nadlinkové aktivity v zahraničí,“*** upresnila predsedníčka predstavenstva Bratislava Tourist Board (BTB) Alžbeta Melicharová.

Klasickú ponuku propagácie Bratislavy rozšíri špeciálna edícia skladacích máp a informačno-propagačných brožúr s názvom Bratislava city guide. Návštevníci budú mať k dispozícii aj redizajnované a aktualizované propagačné materiály o Bratislave. Grafickou zmenou prejde 25 veľkoplošných máp rozmiestnených po meste. Každý návštevník bude mať možnosť stiahnuť si vynovenú aplikáciu Bratislava city, ktorá je plnohodnotným sprievodcom mestom. Webová stránka visitbratislava.com obsahuje okrem detailných informácii aj atraktívnu ponuku turistických produktových balíčkov a množstvo užitočných tipov.

Bratislava sa pritom začína prezentovať nielen svojim historickým a kultúrnym potenciálom, ale aj ako inovatívna start-upová a technologická destinácia, vhodná pre profesionálne stretnutia na poli kongresového cestovného ruchu známom pod skratkou MICE (Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions).

***„Ekonomický a sociálny potenciál Bratislavy vytvára predpoklady, aby sa tu rozvíjala predovšetkým vzdelanostná ekonomika. Bratislava má všetky predpoklady priblížiť sa k úspešným európskym metropolám. S týmto cieľom podnikáme všetky kroky,“*** uviedol primátor Ivo Nesrovnal. ***„Veď Bratislava je mestom, ktoré je mladé, dynamické a navyše s originálnym príbehom,“*** dodal primátor.

**„*Slovenské predsedníctvo v Rade EÚ je pre BTB prvou vážnou príležitosťou oprieť sa o modernú tvár Bratislavy ako mesta inovácií a excelentnej výroby. Našou rolou bude podnecovať odbornú MICE verejnosť, aby hovorila voči potenciálnym organizátorom a účastníkom kongresových podujatí v Bratislave jednotným jazykom a zdôrazňovala, o čom je Bratislava 21. storočia,*“** dodala predsedníčka predstavenstva BTB Alžbeta Melicharová.

Propagácia mesta Bratislavy sa tento rok zameriava na cieľové trhy s priamou leteckou dostupnosťou a okolité regióny. Outdoorová, ako aj online komunikácia dominuje okrem tradičných miest aj v Bruseli, ktorý je spojený so slovenským predsedníctvom v Rade EÚ. Výrazným motívom je inovovaná turistická karta Bratislava City Card, ktorá tento rok oslavuje svoje 10. výročie a ponúka okrem 100%-nej zľavy na integrovanú dopravu a prehliadku mesta ďalších 110 zliav u zmluvných partnerov.