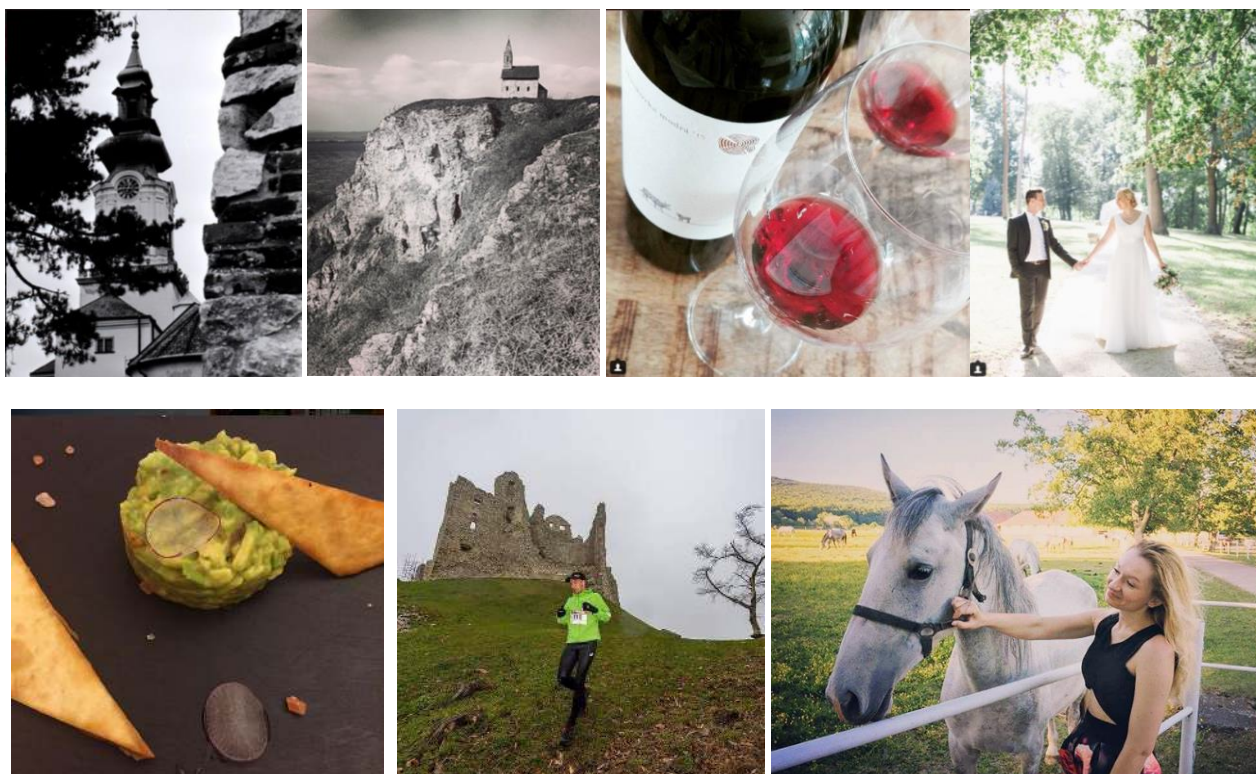


## Ďalšie smerovanie NOCR a destinácie Región NITRA v rokoch 2018 – 2020

### Východiská pre návrhovú časť

---



**MANAŽMENT DESTINÁCIE „Región NITRA“**

Destinácia Nitra je územím, ktoré z hľadiska koordinovaného rozvoja cestovného ruchu riadi oblastná organizácia cestovného ruchu **Nitrianska organizácia cestovného ruchu (NOCR)**, ktorej hlavným cieľom je propagácia Nitry ako mestskej destinácie, realizácia aktivít zameraných na zvyšovanie počtu návštevníkov prostredníctvom rôznych marketingových nástrojov a vytváranie príležitostí pre intenzívnejší rozvoj všetkých aktérov cestovného ruchu v Nitre a priľahlom regióne.

**MESTO NITRA****OKOLIE MESTA NITRA**

Na základe Regionalizácie cestovného ruchu v SR z roku 2005 sa okres Nitra a okres Zlaté Moravce definuje ako región strednej priority s dôrazom na **rozvoj veľtrhov a výstav** a na **poznávanie pamiatok**.

**Členská samospráva : Mesto Nitra 6 členov**  
**Členovia za súkromný sektor : 4 subjekty** (ARRIVA NITRA, a.s.; Agrokomplex NÁRODNÉ VÝSTAVISKO, štátny podnik; LL real invest, s.r.o. (hotel Mikádo), Hotel Agroinštitút  
**Ostatní členovia : 1 subjekt** (Rímskokatolícka cirkev Biskupstvo Nitra)

**Existujúce členské obce : 4 členovia**  
 - **Topoľčianky**. (36 km od Nitry) / člen od roku 2016  
 - **Mojmírovce** (14 km od Nitry) / člen od roku 2016  
**Členovia za súkromný sektor : 2 subjekty** (Vinárske závody Topoľčianky, s.r.o.; Kaštieľ Mojmirovce, s.r.o.)

V meste Nitra pôsobí *Nitriansky informačný systém (NISYS)*, ktorý je členom Asociácie informačných centier Slovenska (AICES) a rozdeľuje svoju činnosť na turistické informačné centrum a mestské informačné stredisko. Nepodlieha NOCR ale je začlenené v organizačnej štruktúre Mestského úradu Mesta Nitra, pod Útvár propagácie a cestovného ruchu (UPaCR).

**Nové členské obce na oslovenie:** Potenciál pre územné rozširovanie destinácie je na území okresu Nitra s 62 obcami (1 z nich sú Mojmirovce), okresu Zlaté Moravce s 33 obcami (z toho jednou sú Topoľčianky).

Návrhy podľa destinačného zamerania do 45 minút jazdy od mesta:

- **vínna turistika** (Báb, Babindol, Cabaj-Čápor, podzoborské obce : Nitrianske Hrnčiarovce, Štitáre, Kolíňany)
- **kaštiele, parky a hrady** (Beladice, Skýcov – hrad Hrušov, Vieska nad Žitavou a Tesárske Mlyňany – Arborétum Mlyňany, Oponice, Jelenec / hrad Gýmeš, Kostoľany pod Trábečom, Malé Vozokany)
- **pešia turistika a cykloturistika** (Dolné a Horné Lefantovce, Jelenec, Jelšovce, Kostoľany pod Trábečom, Obyce)
- **agroturistika** (Jelenec – gaštanica, Jelšovce, Jedľové Kostoľany, Lovce – zubria obora, vodný mlyn Bohunice), -> gaštanica Jelenec - niektoré stromy gaštana jedlého sú staré až 350 rokov
- **wellness** (Poľný Kesov)
- **Slovanstvo** (archeologická lokalita Bojná)
- **sakrálna (religiózna) tematika** (Hronský Beňadik).

Slabým miestom ďalšieho rozvoja destinácie sa javí **slabá spolupráca verejného a súkromného sektora**, ktorá je z dlhodobého hľadiska kľúčová.

Mesto (magistrát, obyvatelia) nevníma rozvoj cestovného ruchu ako prioritu (prioritou je volič, nie spokojný návštevník).

NOCR nie je vnímaná ako centrála pre destinačný rozvoj a marketing, z dôvodu duplicitných činností viacerých organizácií (napr. NISYS) a pomerne malého počtu členov organizácie.

Absencia zastúpenia významných podnikov CR a prevádzkovateľov atraktivít v destinácii v členskej základni NOCR : **Zámok Topoľčianky, Národný žrebčín Topoľčianky, Arborétum Mlyňany, zubria obora v obci Lovce, kaštieľ Tartuf Beladice, Ranč Nové Sedlo, Mašekov mlyn (Horný Ohaj), Termálne kúpalisko ThermalPark Nitrava v Poľnom Kesove.**

**OČAKÁVANIA**

- rozvinúť sieťovanie a prizvať k spolupráci nových členov,
- pokračovať v nastavených marketingových aktivitách od vzniku organizácie v roku 2012,
- v NOCR vytvoriť **pracovnú pozíciu destinačného manažéra pre Mesto Nitra**,
- zamerať sa viac na destinačný manažment a zaviesť prácu v pracovných skupinách,
- vyriešiť vzťah s mestom (UPaCR) a NISYS.

- rozvinúť sieťovanie prizvať k spolupráci formou členstva nové obce a ich miestnych aktérov (poskytovateľov služieb cestovného ruchu),
- pokračovať v nastavených marketingových aktivitách pre členské obce,
- v NOCR vytvoriť **pracovnú pozíciu destinačného manažéra pre „Okolie mesta Nitry“**,
- zamerať sa viac na destinačný manažment a zaviesť prácu v pracovných skupinách.

## DESTINÁCIA „Región NITRA“ V KONCEPČNÝCH DOKUMENTOCH ROZVOJA

V „Stratégii rozvoja cestovného ruchu Slovenska do roku 2020“ sú vymedzené hlavné produktové skupiny cestovného ruchu na Slovensku, ktoré je potrebné rozvíjať :

Mesto Nitra a jeho okolie disponuje dostatočným potenciálom iba pre vybrané druhy cestovného ruchu – letný, kultúrny, mestský, kongresový a vidiecky cestovný ruch a malo by sa sústrediť pozornosť na inovácie existujúcich produktov cestovného ruchu na základe trendov v dopyte po cestovnom ruchu,

Zameranie **Marketingovej stratégie Slovenskej agentúry pre cestovný ruch (SACR) na roky 2014 - 2020** relevantné pre destináciu „Región Nitra“ je na oživenie domáceho cestovného ruchu a výraznejšie zvýšenie tempa rastu návštevnosti zo susedných krajín: Česká republika, Maďarsko, Poľsko, Ukrajina, Rakúsko a počtu návštevníkov z krajín s vysokým trhovým potenciálom (Nemecko, Ruská federácia, Spojené kráľovstvo).

V **strategickom a marketingovom pláne rozvoja cestovného ruchu v NSK na roky 2014 – 2020** sa destinácia Mesto Nitra a jej okolie identifikuje v nasledovných prioritných oblastiach :

- **Prioritná oblasť 2: Rozvoj cykloturistiky** : je identifikovaná ako jedna z dominantných atraktivít NSK. Prioritou v budovaní cykloturistických trás je realizácia projektu „Ponitrianska cyklomagistrála, I. etapa“. Cyklistická trasa je vedená na korune hrádze Nitry v úseku Nitra (časť Dolné Krškany) – Nové Zámky. Projekt je financovaný z rozpočtu NSK. Význam má aj regionálna cyklodopravná trasa Nitra – Vrábľa.
- **Prioritná oblasť 3: Využitie kultúrno-historického potenciálu pre cestovný ruch, rozvoj mestského turizmu** :
  - Zvýšiť atraktivitu a ponúknuť zážitok v rámci ponuky kultúrnohistorických objektov (múzeí, galérií, svetských a sakrálnych pamiatok) pre zvolené cieľové skupiny. Návrh a značenie tematických trás a okruhov po kultúrnohistorických pamiatkach.
  - Návrh, vytvorenie a značenie pútnickej cesty Sv. Cyrila a Metoda cez NSK.
  - Vytvoriť platformu pre efektívnu spoluprácu v cestovnom ruchu vo vybraných mestách. Zaradiť ponuku miest do portfólia cestovných kancelárií a iných organizátorov v cestovnom ruchu.
- **Prioritná oblasť 4: Podpora rozvoja vidieckeho cestovného ruchu, agroturizmu, gastroturizmu, vinárstva a vinohradníctva**
  - Zefektívniť manažment vinohradníckych oblastí a vytvoriť koncepciu fungujúcich vínnych ciest.
  - Vidiecky turizmus v spojení s vinohradníctvom a vinárstvom.
  - Zavedenie značky regionálny produkt a jeho aplikácia v gastroturizme a podpora environmentálnej certifikácie.
- **Prioritná oblasť 5: Podpora rozvoja MICE (kongresy a konferencie, podujatia, incentívny cestovný ruch)**

V **PHSR mesta Nitra na roky 2015 – 2023 ako mestskej funkčnej oblasti** sú uvedené tieto hlavné ciele, ktoré môže pomôcť naplniť NOCR :

- (1) vytvoriť z mesta Nitry východiskovú destináciu a zázemie služieb cestovného ruchu pre región Nitra“,
- (2) vytvorenie nových produktov cestovného ruchu v spolupráci s ostatnými subjektmi cestovného ruchu,
- (3) zvýšenie podielu nemotorovej dopravy (cyklodopravy) v meste,
- (4) zvýšenie podielu elektronicky poskytovaných služieb mestskej samosprávy.

Hlavné ciele rozvoja cestovného ruchu v „**Koncepcii rozvoja cestovného ruchu v Nitre na roky 2011 – 2015“**

- (1) zvýšenie počtu návštevníkov marketingovou prácou, podporou opätovnej návštevnosti a vhodnou segmentáciou,
- (2) predĺženie pobytu v destinácii spoluprácou s inomingovými CK, partnerskými mestami, novinármi, dodávateľmi služieb cestovného ruchu, zavedením regionálnej karty a pobytových balíkov, certifikáciou a hodnotením kvality služieb,
- (3) rozšírenie ponuky produktov (historické trasy, sprístupnenie pamiatok, budovanie cyklotrás, ponuka konferenčných služieb, získanie športových podujatí, vinársky turizmus prepojeným na gastronómiu, produkty religiózneho turizmu, budovanie unikátnych atrakcií),
- (4) tvorba marketingového imidžu – vytvorenie imidžu, hľadanie jedinečností, propagácia a komunikácia na cieľových trhoch,
- (5) možnosť vytvorenia DMO (oblastnej organizácie cestovného ruchu),
- (6) spolupráca verejného a súkromného sektora – prepojené na cieľ 5.

VÝKONNOSŤ DESTINÁCIE „Región NITRA“	
<b>ŠTATISTICKÉ ÚDAJE za mesto Nitra za rok 2015</b>	<b>NÁVŠTEVNOSŤ ATRAKTIVÍT v Meste Nitra za rok 2015</b>
<p><b>Počet ubytovacích zariadení</b> : 37 // 2 595 lôžok (najviac v kraji)  <b>Ponuka AIRB&amp;B</b> : 15 izieb (rastie)</p> <p><b>Počet hostí: 70 925</b> (z toho domáci : 44 932 // 63,4%)  <b>Počet prenocovaní : 166 550</b> (z toho domáci : 111 470 // 66,9%)  <b>Priemerný počet prenocovaní</b> : 2,3  <b>Využitie stálych lôžok</b> : 20,4%  <b>Priemerná cena ubytovania s DPH</b> : 29 EUR  <b>Vybraná daň z ubytovania členských samospráv (rok 2016)</b> : Nitra, Topoľčany, Mojmírovce : <b>118.682,85€</b></p> <p>Ubytovacie zariadenia sú plne vyťažené v čase konania medzinárodných veľtrhov a expozícií na výstavisku Agrokomplex.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Hradný areál (Biskupský úrad) = 60 000 (rast)</li> <li>- Divadlo Andreja Bagara v Nitre (NSK) = 80 751 (rast)</li> <li>- Staré divadlo Karola Spišáka (NSK) = 25 293 (rast)</li> <li>- Ponitrianske múzeum (NSK) = 12 215 (pokles)</li> <li>- Nitrianska galéria (NSK) = 10 303 (stabilizácia)</li> </ul>
	<b>NÁVŠTEVNOSŤ Turistického informačného centra</b>
	NISYS = <b>14 317</b> osobných návštev, z toho 10% zahraničných (pokles)
HLAVNÉ ZDROJOVÉ TRHY DESTINÁCIE	
<p>Počet prenocovaných hostí za rok 2015:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>(1) Slovenská republika (44 932)</li> <li>(2) <b>Česká republika</b> (9 136)</li> <li>(3) <b>Nemecko</b> (3 368)</li> <li>(4) Poľsko (2 145)</li> <li>(5) Taliansko (1770)</li> <li>(6) Rakúsko (1 162)</li> <li>(7) Maďarsko (908)</li> </ol> <ul style="list-style-type: none"> <li>- To vo veľkej miere súvisí s existujúcimi zahraničnými investíciami v Priemyselnom parku Sever mesta Nitra a v blízkom okolí (<i>Nemecko: Insdato – finančníctvo a poisťovníctvo, Taliansko: Enel – elektrárň Mochovce</i>)</li> <li>- mnoho návštevníkov Nitry je jednodňových (najmä z Maďarska, geografická blízkosť, maďarská menšina), prehľad o ich štruktúre absentuje v štatistikách.</li> </ul>	<p><b>Distribučná B2B sieť:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Miestne incomingové cestovné kancelárie : CK Aeolus a CK Sun Travel, Travego Tour; profesionálny organizátor konferencií: MED-ART</li> <li>- NOCR – pobytové balíky, prehliadky mesta</li> </ul> <p>Poznámka : slabý odbyt produktových zážitkových balíkov destinácie z dôvodu nedostatočných partnerských distribučných kanálov (cestovné kancelárie, firemná klientela).</p>

**POLOHA DESTINÁCIE “Región NITRA“**

Výhodná geografická poloha destinácie v blízkosti troch hlavných miest - Bratislava, Viedeň, Budapešť.

**DESTINAČNÁ MOBILITA**

DOSTUPNOSŤ	CYKLOTURISTIKA
<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>tranzitné mesto</b>, rýchlostná komunikácia <b>R1</b>, hlavný ťah z Bratislavy smerom na Stredné Slovensko,</li> <li>- <b>železničné spojenie</b> – nedostatočná ponuka, regionálny význam, Nitra je mimo hlavných železničných koridorov; od roku 2016 priame vlakové spojenie cez Trenčín s Prahou (spoločnosť Arriva), plán do roku 2020 = elektrifikácia trate s napojením na Bratislavu;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- problematika budovania „zelených“ cykloturistických trás na území destinácie „Región Nitra“ nie je koncepčne podchytená a koordinovaná,</li> <li>- existujúce cyklodopravné komunikácie zatiaľ nie sú fyzicky prepojené,</li> <li>- služby a servis pre cykloturistov v okolí cykloturistických trás neexistuje,</li> <li>- mesto Nitra má vybudovaných a označených 30,8 km cyklotrás, o ktoré sa stará. Mestské cyklotrasy sú</li> </ul>



<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>regionálne letisko</b> Janíkovce – osobná letecká preprava pre malé lietadlá do 6 osôb, zvyšuje sa záujem,</li> <li>- platené <b>mestské parkovanie</b> pre osobné automobily na vyhradených parkoviskách v dvoch okruhoch,</li> <li>- <b>MHD</b> prevádzkuje spoločnosť Arriva a spoje vedú cez hlavné turistické body záujmu s frekvenciou ½ hodiny (týždeň), hodinu (víkend, sviatky, letné prázdniny) aj od autobusovej resp. železničnej stanice,</li> <li>- <b>výhliadkový turistický vláčik v meste Nitra</b> – projektový zámer spoločnosti Arriva,</li> <li>- <b>prímestská a medzimestská autobusová doprava</b> posilnená kvôli chýbajúcej železničnej preprave, prebieha modernizácia autobusovej stanice (spoločnosťou Arriva),</li> <li>- <b>cyklistická doprava</b> (cyklomobilita) na území mesta Nitra nemá rozvinutú tradíciu kvôli terénnym podmienkam.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- napojené (cez cyklosmerník "Tríbečská hrebeňovka") na Ponitriansku cyklomagistrálu, ktorej informačné tabule spravuje Slovenský cykloklub Piešťany.</li> <li>- priame napojenie mesta Nitra na európske trasy EuroVelo 6, ktoré prechádza Nitrianskym krajom,</li> <li>- novinka 2017 v meste Nitra: zavedený <b>bikesharing</b> spoločnosťou Arriva a Mestom Nitra</li> <li>- <b>Ponitrianska cyklomagistrála</b> v smerovaní po pravom brehu rieky Nitra v úseku Komárno – Nové Zámky – Nitra – Topoľčany, a <b>Zoborská cyklomagistrála</b> (<a href="http://www.nr.cykloportal.sk">www.nr.cykloportal.sk</a>),</li> <li>- cykloturistika do okolia mesta : Mojmírovce (mikroregión Cedron), Topoľčianky</li> </ul>
	<b>JAZDECKÁ TURISTIKA</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- nie je dostatočne rozvinutá,</li> <li>- začínajúca jazdecká turistika - potenciál pre rozvoj v regióne budovaním a značením jazdeckých trás a zapájaním vidieckych podnikov do poskytovania služieb pre jazdcov na trasách mikoregiónu Cedron (Mojmírovce, Cabaj-Čápor, Poľný Kesov, Podzoborie)</li> </ul>
	<b>PEŠIA TURISTIKA</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- nie je vyzdvihovaná ako destinačný produkt</li> <li>- lokality: CHKO Ponitrie (Zoborské vrchy), pohorie Tríbeč, Topoľčianky</li> </ul>

## PRODUKTOVÝ POTENCIÁL DESTINÁCIE „Región NITRA“

### BENCHMARKING

Slovenské mestá s podobnou ponukou (Trnava, Trenčín, Banská Bystrica)

PRÍRODA	HISTÓRIA a KULTÚRA
<ul style="list-style-type: none"> <li>- mesto Nitra : rozhranie Podunajskej pahorkatiny a pohoria Tríbeč,</li> <li>- <b>vrch Zobor</b> (587 m. n. m.) - prírodná dominanta Nitry, symbol mesta, súčasť <b>Zoborských vrchov</b> a európskej siete chránených území NATURA 2000, spravuje CHKO Ponitrie,</li> <li>- národná prírodná rezervácia <b>Zoborská lesostep</b>,</li> <li>- projektový zámer <u>obnovy lanovej dráhy</u> na vrch Zobor (Pyramída) Biskupským úradom, ktorý je vlastníkom pozemkov v koridore lanovej dráhy,</li> <li>- náučný chodník s 27 zastaveniami v Zoborských vrchoch,</li> <li>- unikátne prepojenie Zobora so Zoborským kláštorom (prírodná a archeologická lokalita),</li> <li>- Nitra, <b>podobne ako slávny Rím</b>, založená na <b>siedmich pahorkoch</b> (Zobor, hradný kopec, Kalvária, Borina, Vršok, Martinský vrch, Dražovský kopec) =&gt; panoráma mesta so siedmimi vrškami,</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nitra = <b>najstaršie mesto na Slovensku</b> -&gt; sídlo diecézy (od roku 880), prvá diecéza medzi slovanskými národmi, označovaná za „<b>Slovenský Betlehem</b>“,</li> <li>- <b>pútnický a náboženský turizmus</b> -&gt; sakrálne pamiatky nadnárodného významu (prvý slovanský kostol, prvé biskupstvo v strednej a východnej Európe, prvá slovanská diecéza),</li> <li>- <b>Nitriansky hrad</b> (Diecézne múzeum, pútnické miesto, mestská pamiatková rezervácia) + architektúra Horného a Dolného mesta,</li> <li>- <b>Kalvária</b> (mariánske pútnické miesto), 12 neorománskych kaplniek, púte Nanebovzatia Panny Márie (15. augusta sa zúčastňuje priemerne 10 - 15000 pútnikov),</li> <li>- <b>kostolík Dražovce</b>,</li> <li>- Nitra jedno z hlavných <b>centier Veľkomoravskej ríše</b> -&gt; história vierozvestcov sv. Cyrila a Metoda, kniežaťa</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>- hradný vrch prepojený s podhradím a s parkom na Sihoti (Nitriansky mestský park) a obnovou mestského kúpaliska (day spa);</li> <li>- <b>Nitriansky mestský park</b> s 2 jazierkami na rybolov,</li> <li>- rieka Nitra (priniesť život k rieke formou podujatí, zábavy, vybudovaním móla, člňkovanie ap.)</li> <li>- <b>Botanická záhrada</b> v areáli Slovenskej poľnohospodárskej univerzity,</li> <li>- „zelené“ ubytovanie, „zelená“ mobilita (cyklomobilita, pešia turistika),</li> <li>- disponibilné rozvojové plochy pre budovanie „živých“ zón voľného času (mestský park, objekt kasární pod Zoborom, Brezový háj, Borina / jeden zo 7 pahorkov, unikátny dolomitový lom Rolfesova baňa, nábrežie rieky).</li> </ul>	<p>Pribinu a Svätopluka (povešť „O troch Svätoplukových prútoch“),</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- podujatie: cyrilo-metodské slávnosti „Nitra milá Nitra“,</li> <li>- zapojenie do kultúrnych trás európskeho významu – Svätajakubská cesta, Cyrilo-metodská cesta;</li> <li>- <b>archeologické náleziská</b> ako zázemie pre archeopark a archeoskanzen (Martinský vrch a Zoborský kláštor),</li> <li>- sídlo Archeologického ústavu SAV</li> </ul> <p>- využitie areálu bývalých vojenských kasární pod Zoborom (Martinský vrch) na rozvoj kreatívneho priemyslu a kreatívneho cestovného ruchu (vytvorenie komplexnej reprezentatívnej expozície dejín mesta prezentácie s využitím IKT, digitálnych 3D modelov, projekcií a kongresových priestorov, kreatívneho a coworkingového centra, vedecké múzeum so sídlom Archeologického ústavu SAV ap.)</p> <p>- projekty kultúrnych centier v centre mesta -&gt; Kino Palace, revitalizácia bývalého kina Orbis, a pod.</p> <p><b>Kultúrne inštitúcie v meste Nitra</b> : Diecézne múzeum na Nitrianskom hrade, Divadlo Andreja Bagara v Nitre (NSK), Staré divadlo Karola Spišáka (NSK) , Ponitrianske múzeum (NSK), Nitrianska galéria (NSK)</p> <p>- dobové Vianočné trhy v Nitre v Hornom meste/ na Hrade a v kaštieľoch v okolí Nitry,</p>
<b>VÍNO</b>	<b>ŠPORT</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Nitrianska vinohradnícka oblasť</b> - tradícia vinohradníctva a výroby vína, výnimočná poloha regiónu pre pestovanie kvalitného hrozna : Nitriansky vinohradnícky rajón + priľahlé rajóny : Radošinský+ Zlatomoravský + Štintavský + Tekovský + Pukanecký,</li> <li>- <b>Nitrianska vínna cesta</b>,</li> <li>- gastronomické tradície a regionálne špeciality (medovina, gaštanové jazýčky, slamové víno ap.)</li> <li>- podujatia : vinárske podujatia – majú lokálny charakter, Festival chutí (2016: 2000 návštevníkov),</li> <li>- chýbajúce doplnkové vzdelávanie v gastro segmente, odborné podujatia pre vinárov, kurzy varenia (sezónne špeciality – jahodové, gaštanové),</li> <li>- nedostatok prozákazníckeho správania sa v podnikoch a zariadeniach cestovného ruchu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- titul: Európske mesto športu 2018,</li> <li>- 21 športovísk v správe mesta,</li> <li>- podujatia : Pribina Cup - kvalifikačné preteky majstrovstiev sveta Grand Prix v bezmotorovom lietaní vetroňov (letisko Janíkovce), Spartan Sprint Race v areáli Agrokomplex,</li> <li>- paragliding - Pyramída (predvrchol vrchu Zobor, 556 m n.m.),</li> <li>- príležitosť na organizovanie významných športových podujatí v športoch, ktoré majú v destinácii zázemie napr. národných súťaží v paraglidingu, modernej gymnastike, floorbale,</li> </ul>
<b>UNIVERZITY</b>	<b>MICE (Meetings, Incentives, Conferences, Events)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>2 univerzity</b> (UKF = Univerzita Konštantína Filozofa a SPU = Slovenská poľnohospodárska univerzita),</li> <li>- mesto študentov (<b>20 000 študentov</b>)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>mesto výstavníctva</b> (143 ha výstavníckej plochy v <b>Agrokomplex</b>, zastaralý areál),</li> <li>- Výstavisko Agrokomplex (MPaRV SR; AX je štátny podnik.) = 555 988 návštevníkov v roku 2015 (nárast)</li> <li>- 30-40 výstav a veľtrhov ročne, najvýznamnejšie veľtrhy (návštevnosť v roku 2015) : Autosalón-Autoshow Nitra (134 211 návštevníkov), Agrokomplex (109 816), Burza exotov a farmárske trhy (72 000),</li> </ul>

	<p>Nábytok a bývanie (75 289), Job Expo (44 074), Gardenia (42 970) a iné.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- mesto priemyslu (618 ha v priemyselných parkoch),</li> <li>- významné investície : Landrover, Samsung, Enel (Mochovce)</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- chýba moderná veľkokapacitná kongresová sála s kapacitou 300 až 1000 účastníkov,</li> <li>- kongresové centrum Agroinštitút Nitra (kapacita 220 miest), kongresová sála spoločnosti MED-ART (kapacita 250 miest), Hotel Mikado (kapacita 170 miest), kaštieľ Mojmírovce (kapacita 100 miest), zámok Topoľčianky (kapacita 140 miest),</li> <li>- historické priestory kaštieľov (Tartuf Beladice, kaštieľ Appony Oponice),</li> <li>- univerzitné kongresové priestory SPU (kapacita 360 miest),</li> <li>- SPU : 119 vedeckých a odborných podujatí (rok 2015),</li> <li>- UKF : 464 odborných podujatí, z toho 70 konferencií (nárast v roku 2015),</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- nákupno-zábavné centrá v centre mesta ako Galéria Mlyny, Centro Nitra, OC Max, Tesco Galéria, Sconto, Asco s parkovacími možnosťami</li> </ul>
<b>POĽNOHOSPODÁRSTVO, VIDIEK a TRADÍCIE</b>	<b>KAŠTIELE V OKOLÍ</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- mesto poľnohospodárstva (kvalitná poľnohospodárska produkcia, vysoké koncentrácia vzdelávacích a vedecko-výskumných inštitúcií v agrosektore),</li> <li>- výstavisko Agrokomplex, konferenčné zázemie Agroinštitút,</li> <li>- výskumné ústavy Slovenskej poľnohospodárskej univerzity (SPU),</li> <li>- rybárstvo/rybníky (Komjatice, Bojná, Topoľčianky) + športový rybolov.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- šľachtické Vianoce - Topoľčianky, Mojmírovce,</li> <li>- svadby v historických a romantických kaštieľoch (Oponice, Beladice, Mojmírovce, Topoľčianky) pre domáci a výhľadovo anglický a ázijský (kórejský, čínsky) trh (Česká republika – rastúci trh, Maďarsko - už rozvinutý produkt),</li> <li>- poľovníctvo (Horné Lefantovce)</li> <li>- rozsiahle (anglické) parky v okolí kaštieľov vhodné na podujatia</li> </ul>

## DESTINAČNÝ MARKETING v destinácii „Región NITRA“

### SÚČASNÉ MARKETINGOVÉ TRENDY využiteľné v destinačnom marketingu

- uprednostňovanie nepoznaného (túžba po nepoznanom, nové zážitky, nevšedné zážitky) pri cestovaní,
- u mladých ľudí sú dôležité autentické miesta s koncentráciou kreativity, umenia, hudby a dobrého jedla a uprednostňujú miestnych sprievodcov tzv. „likealocal“,
- podľa Tripadvisor v roku 2015 až 87% ľudí by neodišlo na dovolenku bez svojho smartfónu a títo vyhľadávajú digitálne zapojenie do uspokojovania cestovateľských potrieb.

### PROFIL NÁVŠTEVNÍKA MESTA NITRA

vypracovaný na základe prieskumu dopytu po cestovnom ruchu v meste Nitra (2015, 858 respondentov)

- návštevník pochádza väčšinou z Nitrianskeho kraja, ak je to nový návštevník tak je z Prešovského a Košického kraja,
- prevládajú 1-dňoví výletníci s hlavným motívom návštevy : (1) nákupy a (2) účasť na kultúrnom podujatí,
- tí, čo cestujú do destinácie na 2 až 3 dni, využívajú hlavne ubytovanie u príbuzných a priateľov,
- ak sú to zahraniční hostia (6,8 % respondentov) dĺžka ich pobytu v destinácii je väčšinou 2 až 3 dni,

- u návštevníkom s prenocovaním prevláda ako dôvod návštevy (1) návšteva príbuzných a priateľov, (2) účasť na kultúrnom podujatí,
- pri rozhodovaní o návšteve Nitry prevláda : osobná skúsenosť, ponuka a program podujatí, kultúrne bohatstvo a pamiatky, atraktivita regiónu, vzdialenosť od miesta bydliska a dopravná dostupnosť. *Vzdialenosť od miesta bydliska, dopravná dostupnosť a možnosti nakupovania sú tým dôležitejšie, čím kratší je pobyt návštevníkov.*
- rastie záujem o poznávanie Nitry zo strany maďarských návštevníkov.

**SEGMENTÁCIA NÁVŠTEVNÍKA:**

- (1) návštevníci cestujúci za rodinou a priateľmi, (2) návštevníci cestujúci za odpočinkom a (3) obchodní cestujúci;
- typová segmentácia návštevníka Nitry: **kultúrni nadšenci, rodinné typy, športovci, pôžitkári či bádatelia.**
- najviac navštevované, najviac zaujímavé aj odporúčané atraktivity cestovného ruchu v meste.: Nitriansky hrad, vrch Zobor, výstavisko Agrokompex

**Nitra je tak pre 1-dňových návštevníkov destináciou nákupného cestovného ruchu a pre návštevníkov s min. s 1 prenocovaním destináciou kultúrneho a mestského cestovného ruchu.**

**VNÍMANIE ZNAČKY DESTINÁCIE NITRA**

vypracované na základe **prieskumu dopytu po cestovnom ruchu** v meste Nitra (2015, 858 respondentov)

- najsilnejšie asociácie návštevníkov s mestom Nitra : **Nitriansky hrad a vrch Zobor,**
- mesto Nitra vnímané ako moderné centrum kultúry, obchodu a vzdelávania,
- zložky vymedzenia typického imidžu destinácie Nitra : vrch Zobor, história a kultúrne pamiatky mesta Nitra, výstavný areál Agrokompex, mesto študentov, centrum poľnohospodárstva.
- **V súčasnom vnímaní mesta cýbajú prvky kresťanskej tradície (biskupské a pútnické mesto) a gastronomickej ponuky mesta (víno).**
- medzi najmenej dôležité faktory rozhodovania o návšteve Nitry patrí nepoznaná destinácia, možnosti ubytovania a informácie v médiách,
- **Nitra nevykazuje výrazne pozitívny, či výrazne negatívny výsledok, čo poukazuje na nevýrazný, resp. slabý súčasný imidž mesta.** Súčasní návštevníci vnímajú Nitru pozitívnejšie ako potenciálni návštevníci a to vo všetkých aspektoch,
- povedomie obyvateľov Nitry o značke (logo) mesta je nízke – miestne obyvateľstvo nie je so značkou stotožnené, navyše existujú vo viacerých vizuálnych variantoch (mesto, NOCR),
- **potenciál získať ocenenie „európske“ mesto** (kultúry, športu, inovácii, mládeže, zelené mesto).

**REGIONÁLNA TURISTICKÁ KARTA „Nitra Region Tourist Card“**

- zavedená v roku 2015 v spolupráci s Nitrianskym samosprávnym krajom,
- platná na území Nitrianskeho kraja,
- typ zľavovej karty, ktorá svojmu držiteľovi za poplatok (6,-€ v sezóne 2015/2016) poskytuje zľavy v **71 zapojených podnikoch** a zariadeniach cestovného ruchu na obdobie dva roky,
- predaj online na stránke NOCR a na 20-tich rôznych miestach Nitrianskeho kraja, kde sa predpokladá sústredený dopyt zo strany návštevníkov,
- predaj z prvej edície karty na roky 2015-2016 : 3 890 ks (3 000 ks v roku 2015 a 890 ks v roku 2016),
- slabá stránka karty : absencia databázy údajov o využívaní predaných kariet a poskytovaných zliav ich držiteľmi,
- karta neponúka zdarma, resp. s turistickou zľavou verejné služby návštevníkom destinácie (napr. verejná hromadná doprava počas pobytu).

**TOP PODUJATIA v meste Nitra**

Podujatie	Mesiac	Počet návštevníkov	Organizátor	Popis podujatia
Nitrianske fašiangy	február	2 300	Odbor kultúry MsÚ Nitra	Fašiangový sprievod a jarmok
Ars Organi	máj	1 500	Odbor kultúry MsÚ Nitra	Medzinárodný organový festival v kostole



<b>Noc múzeí a galérií</b>	máj	2 000	Odbor kultúry MsÚ Nitra v spolupráci s múzeami a galériami na území mesta	Bezplatné nočné prehliadky múzeí a galérií v meste
<b>Noc kostolov</b>	jún	850	Odbor kultúry MsÚ Nitra v spolupráci so zástupcami cirkví: ZSS, Biskupstvo NR, Starokatolícka cirkev, Cirkev bratská, ECAV, Gréckokat. cirkev, SVD	Sprístupnenie všetkých kresťanských kostolov v meste širokej verejnosti
<b>Musica Sacra</b>	jún-júl	3 000	Odbor kultúry MsÚ Nitra	Medzinárodný festival sakrálnej hudby
<b>Ukážky bojov z 2. sv. vojny</b>	máj	2 400	Slovenské poľnohospodárske múzeum	Rekonštrukcia vojenskej bitky z 2. sv. vojny
<b>Nitra, milá Nitra</b>	júl	26 000	Odbor kultúry MsÚ Nitra	Mestské slávnosti oslavujúce významné osobnosti histórie aj súčasnosti mesta
<b>Nitrianske kultúrne leto</b>	jún-august	7 700	Odbor kultúry MsÚ Nitra	Séria kultúrnych podujatí počas letnej sezóny
<b>Dni európskeho kultúrneho dedičstva</b>	september	560	Odbor kultúry MsÚ Nitra, Pamiatkový úrad Bratislava, Krajský pamiatkový úrad v Nitre Spolusporiadatelia : Zoborský skrášľovací spolok, Archeologický ústav SAV, Castellum, n.o., Leustach, o.z., Ponitrianske múzeum, Nitrianska galéria, Krajská knižnica Karola Kmeťka v Nitre	Séria podujatí zameraná na spoznávanie známych aj menej známych lokalít kultúrneho dedičstva Nitry a jej okolia
<b>Festival Divadelná Nitra</b>	september	8 500	Asociácia Divadelná Nitra	Medzinárodný divadelný festival
<b>Vianočná Nitra</b>	december	22 000	Odbor kultúry MsÚ Nitra	Nitrianske vianočné mestečko
<b>Podzoborské vinobranie</b>	september	750	NKVC, mesto Nitra a KOS v Nitre	Kultúrny program v Parku na Sihoti spojený s ochutnávkou a predajom regionálnych vín
<b>Reebok Spartan Sprint Race Agrokomplex Nitra</b>	jún	n	n	
<b>Nitra Night Run</b>	september	n	Slovakman, s.r.o.	Bežecká súťaž
<b>Nitrianske mestské behy</b>	september	n	Mesto Nitra, Fit&Strong, AC Stavbár Nitra, ŠK Delfín	Bežecké preteky
<b>Chodecká Nitra</b>	september	n	Mesto Nitra, AC Stavbár Nitra	medzinárodné chodecké preteky
<b>Večerný beh Nitrou</b>	november	n	Mesto Nitra, Univerzita Konštantína Filozofa Nitra, ŠK Delfín	Podujatie v rámci študentských dní Nitrianskych univerzít
<b>Pribina Cup</b>	marec-apríl	n	Aeroklub Nitra	Najväčšia medzinár. súťaž v bezmotorovom lietaní vetroňov na svete s pravidelnou účasťou vyše sto pretekárov z celého sveta (2011: 154 pretekárov)
<b>Nitrianske univerzitné dni</b>	Apríl-máj	10 000	SPU, UKF, mesto Nitra, UNSK	komplex umeleckých, spoločenských, šport. a vedecko-odborných podujatí pre študentov nitrianskych univerzít i širokú verejnosť
<b>Raňajky v tráve</b>	jún	500	Emília Domanová, Galéria AKCENT	Tematický piknik pri Dražovskom kostolíku
<b>Agrofilm</b>	október	11 500	MPRV SR, NPPC	filmový festival venovaný agropotravinárskej problematike organizovaný v Nitre od r. 1981

## **Ďalšie smerovanie NOCR a destinácie Región NITRA v rokoch 2018 – 2020**

### **Návrhová časť**

---

**Vízia: Destinácia Nitra je vďaka sieti spolupracujúcich destinačných partnerov a nezabudnuteľnej starostlivosti vyhľadávaným výletným miestom za poznaním koreňov Slovanstva, kresťanstva, Nitrianskej vinohradníckej oblasti a atraktívneho vidieckeho okolia.**

	Strategická oblasť	Strategický cieľ
1	<b>Inštitucionálne zabezpečenie riadenia destinácie (NOCR ako manažérska autorita)</b>	Dosiahnuť vnímanie NOCR ako skutočnej autority riadenia rozvoja cestovného ruchu v destinácii Región Nitra medzi maximálnym počtom atraktívnych destinačných partnerov na území svojej pôsobnosti (okresov Nitra a Zlaté Moravce), ktorí navzájom tvoria spolupracujúcu sieť.
2	<b>Destinačný manažment zameraný na jedinečné produktové línie destinácie</b>	Región Nitra je vyhľadávanou destináciou vďaka ponuke unikátnych destinačných produktov postavených na atribútoch mestskej a regionálnej identity.
3	<b>Nitra - incentívna a kongresová destinácia</b>	Nitra plne využíva potenciál koncentrácie výstavníctva, priemyslu, vysokého školstva a unikátnej incentívnej ponuky pre ekonomický prospech svojich destinačných partnerov.
4	<b>Cielený destinačný marketing</b>	Destinácia využíva prvky modernej destinačnej komunikácie na segmenty, ktoré sú pre ňu relevantné, a ktorých potreby pozná.
5	<b>TOP návštevnícky servis</b>	Destinácia dosahuje vysokú návratnosť návštevníkov – výletníkov – vďaka nezabudnuteľnej starostlivosti a komunikácii pred, počas a po pobyte a predlžuje im pobyt v destinácii.

Strategická oblasť	<b>1 Inštitucionálne zabezpečenie riadenia destinácie (NOCR ako manažérska autorita)</b>	
Strategický cieľ	<b>Dosiahnuť vnímanie NOCR ako skutočnej autority riadenia rozvoja cestovného ruchu v destinácii Región Nitra medzi maximálnym počtom atraktívnych destinačných partnerov na území svojej pôsobnosti (okresov Nitra a Zlaté Moravce), ktorí navzájom tvoria spolupracujúcu sieť.</b>	
	Problémová oblasť	Operatívny cieľ
1.1	<b>ÚZEMNÁ PÔSOBNOSŤ NOCR A SPOLUPRÁCA</b>	Destinácia Nitra je dostatočne rozšírená do okolia Nitry a riadenie mestskej subdestinácie je jednotné.
1.2	<b>VÝKONOSTNÉ DÁTA PRE ROZHODOVANIE V DESTINÁCI</b>	Destinácia má zabezpečený systematický zber dát pre rozhodovanie a pravidelne aktívne s nimi pracuje.
1.3	<b>SERVIS ČLENOM ORGANIZÁCIE NOCR</b>	Členská základňa NOCR je dostatočne rozšírená a vzájomné presieťovanie členov aktivitami prináša príležitosti pre rozvoj destinácie.

<b>1.4</b>	<b>PUBLIC RELATIONS (PR) ORGANIZÁCIE NOCR</b>	NOCR je vnímaná ako autorita pre cestovný ruch a medzi nečlenmi má dostatočnú informovanosť o aktivitách a výsledkoch práce.
------------	---	--

<b>Problémová oblasť</b>		<b>1.1 ÚZEMNÁ PÔSOBNOSŤ NOCR A SPOLUPRÁCA</b>
<b>Operatívny cieľ</b>		<b>Destinácia Nitra je dostatočne rozšírená do okolia Nitry a riadenie mestskej subdestinácie je jednotné.</b>
<b>Opatrenie</b>		<b>Časový rámec</b>
<b>1.1.1</b>	Prehodnotiť členské príspevky pre maximalizáciu štátnej dotácie pre destináciu a členské príspevky previazať na systém členských benefitov.	2018
<b>1.1.2</b>	Vytvoriť podmienky pre členstvo samospráv a podnikateľských subjektov z okolia Nitry, ktoré svojou atraktivitou a ponukou podporia produktové línie destinácie.	2018- 2019
<b>1.1.3</b>	Zahájiť aktívny nábor nových členov NOCR zo súkromného sektora, samospráv a tretieho sektora do NOCR, a to na úrovni všetkých členských subdestinácií.	2018
<b>1.1.4</b>	Zintenzívniť spoluprácu s partnermi na regionálnej úrovni a zamerať ju na konkrétne rozvojové projekty (NSK).	2018 -2019
<b>Problémová oblasť</b>		<b>1.2 VÝKONOSTNÉ DÁTA PRE ROZHODOVANIE V DESTINÁCI</b>
<b>Operatívny cieľ</b>		<b>Destinácia má zabezpečený systematický zber dát pre rozhodovanie a pravidelne aktívne s nimi pracuje.</b>
<b>Opatrenie</b>		<b>Časový rámec</b>
<b>1.2.1</b>	Spracovať a destinačne zaviesť metodiku zberu a vyhodnocovania návštevnosti na turistických bodoch záujmu v destinácii, u poskytovateľov služieb návštevníkom a počas podujatí.	2018
<b>1.2.2</b>	Zaviesť metodiku merania a vyhodnocovania 1-dňovej návštevnosti v destinácii.	2019
<b>1.2.3</b>	Pravidelne zabezpečovať zber dát podľa stanovenej metodiky a zdieľať ich medzi destinačnými partnermi.	2018 -2020
<b>1.2.4</b>	Monitorovať vývoj AIRB&B typu ubytovania v meste Nitra.	2018 -2020
<b>Problémová oblasť</b>		<b>1.3 SERVIS ČLENOM ORGANIZÁCIE NOCR</b>
<b>Operatívny cieľ</b>		<b>Členská základňa NOCR je dostatočne rozšírená a vzájomné presieťovanie členov aktivitami prináša príležitosti pre rozvoj destinácie.</b>
<b>Opatrenie</b>		<b>Časový rámec</b>
<b>1.3.1</b>	Zvyšiť intenzitu vzájomnej spolupráce – presieťovania aktivít a produktov medzi členmi NOCR.	2018-2019
<b>1.3.2</b>	Odstrániť duplicitné činnosti v riadení a marketingu destinácie, najmä na území mesta Nitry.	2018-2020
<b>1.3.3</b>	Spracovať motivačnú ponuku členských a nečlenských benefitov a pravidelne ju rozširovať o nové možnosti.	2018
<b>1.3.4</b>	Vyhlásiť destinačnú grantovú schému na podporu tvorby a inovácie produktov a podujatí v hlavných produktových líniách destinácie.	2018
<b>1.3.5</b>	Adekvátne rozširovaniu členskej základne rozširovať personálne kapacity NOCR. / zaviesť pracovné pozície "destinačných manažérov"/.	2019
<b>Problémová oblasť</b>		<b>1.4 PUBLIC RELATIONS (PR) ORGANIZÁCIE NOCR</b>
<b>Operatívny cieľ</b>		<b>NOCR je vnímaná ako autorita pre cestovný ruch a medzi nečlenmi má dostatočnú informovanosť o aktivitách a výsledkoch práce.</b>
<b>Opatrenie</b>		<b>Časový rámec</b>
<b>1.4.1</b>	Zaviesť pravidelné destinačné stretnutia (informačné dni) s destinačnými partnermi (členmi aj nečlenmi) – minimálne 4x ročne.	2018
<b>1.4.2</b>	Viesť databázu destinačných partnerov a vydávať pravidelný newsletter o činnosti NOCR.	2018-2020



1.4.3	Budovať pozitívny vzťah verejnosti v destinácii k cestovnému ruchu.	2018-2020
-------	---	-----------

Strategická oblasť		<b>2 Destinálny manažment zameraný na jedinečné produktové línie destinácie</b>
Strategický cieľ		<b>Región Nitra je vyhľadávanou destináciou vďaka ponuke unikátnych destinačných produktov postavených na atribútoch mestskej a regionálnej identity.</b>
	Problémová oblasť	Operatívny cieľ
2.1	<b>VÍNO a KULINÁRIA</b>	Destinácia je dostatočne spojené s vinárskou témou v meste aj v okolí, ako aj s regionálnymi kulinárskymi zážitkami.
2.2	<b>VEĽKÁ MORAVA (Pribinova Nitra, Nitrianske knieža)</b>	Destinácia má dostatočne dobudovanú produktovú líniu "Veľká Morava" a v turistickej ponuke Nitry nechýba slávna história, Cyrilo-metodská tradícia, ktorú možno v meste bežne zažiť, precítiť genius loci.
2.3	<b>SAKRÁLNO a PÚTNICTVO (Nitra ako Slovenský Betlehem)</b>	Sakrálne dedičstvo destinácie je dostatočne zážitkovo využité a destinácia Región Nitra sa vo vnímaní návštevníkov aj vďaka napojeniu na tematické sakrálne trasy stáva skutočným Slovenským Betlehemom.
2.4	<b>UNIVERZITNÁ NITRA</b>	20.000 študentov v meste Nitra je dostatočne integrovaných do života mesta a počet zahraničných študentov medziročne rastie.
2.5	<b>ZÁHRADNÍCTVO a POĽNOHOSPODÁRSTVO</b>	Genius loci Mesta Nitra ako centra poľnohospodárstva (Agrokomplex, SPU) a bohaté okolie Nitry na kaštiele a parky je dostatočne využité v destinačnej ponuke.
2.6	<b>ZOBOR</b>	Vrch Zobor ako súčasť zastavení na 7 pahorkoch posilňuje svoje postavenie medzi top atribútmi vnímania Nitry.
2.7	<b>REGIONÁLNA ZĽAVOVÁ KARTA</b>	Regionálna zľavová karta je vhodne nastavená ako nástroj podpory predaja destinácie a predlžovania pobytu v destinácii.
2.8	<b>OKOLIE NITRY</b>	Jedinečné okolie Nitry je integrálnou súčasťou destinačnej ponuky, ktorá sa každý rok dopĺňa a inovuje.
2.9	<b>VIANOCE</b>	Stredoveké Vianočné trhy sú dostatočne atraktívne, aby boli dôvodom návštevy mesta a šľachtické Vianoce dôvodom návštevy okolia.
2.10	<b>NITRA pre skupiny</b>	Destinačná ponuka Regiónu Nitra je dostatočne atraktívna pre skupiny a ich počet v destinácii medziročne rastie.

Problémová oblasť		<b>2.1 VÍNO a KULINÁRIA</b>
Operatívny cieľ		<b>Destinácia je dostatočne spojené s vinárskou témou v meste aj v okolí, ako aj s regionálnymi kulinárskymi zážitkami.</b>
Opatrenie		Časový rámec
2.1.1	Vytvoriť atraktívny kalendár minimálne 5 top vinárskych eventov v destinácii (Festival ružových vín a jahôd, Vínne slávnosti na hrade, Festival mladých vín, Deň otvorených vín v Chateau Topoľčianky, Chateau Run, Vinobranie Topoľčianky)	2018 -2019
2.1.2	Vytvoriť celoročnú ponuku degustácií vín z Nitrianskej vinohradníckej oblasti v meste Nitra.	2018
2.1.3	Vytvoriť destinačnú pracovnú skupinu a prizvať do nej aj vinárske spolky a vinohradnícke združenia.	2018-2019
2.1.4	Vybudovať a uviesť na trh vinársky produkt "Tajomstvá hajlochov".	2018
2.1.5	Zaviesť vzdelávacie aktivity pre zvýšenie atraktívnosti a kvality gastronomickej ponuky a odborné podujatia pre vinárov.	2019-2020
2.1.6	Neustále inovovať podujatie "Festival chutí", zvyšovať jeho odbornú úroveň aj návštevnosť.	2018-2020

2.1.7	Vytvoriť destinačnú pracovnú skupinu a vypracovať destinačnú ponuku „VÍNO v regióne Nitra“ a samostatne ju propagovať.	2018
<b>Problémová oblasť</b>		<b>2.2 VEĽKÁ MORAVA (Pribinova Nitra, Nitrianske knieža)</b>
<b>Operatívny cieľ</b>		<b>Destinácia má dostatočne dobudovanú produktovú líniu "Veľká Morava" a v turistickej ponuke Nitry nechýba slávna história, Cyrilo-metodská tradícia, ktorú možno v meste bežne zažiť, precítiť genius loci.</b>
<b>Opatrenie</b>		<b>Časový rámec</b>
2.2.1	Vytvoriť destinačnú pracovnú skupinu k tvorbe produktu „Veľká Morava v Nitre“.	2019
2.2.2	Premenovať a prebudovať TOP podujatie "Nitra milá Nitra", aby bolo atraktívne pre návštevníka a venovať mu náležitú československú marketingovú podporu.	2019
2.2.3	Navrhnuť a vybudovať celoročnú ponuku zážitkových programov <b>pre rodiny s deťmi</b> na báze cyrilo-metodejskej tradície na viacerých miestach v destinácii a samostatne ju propagovať.	2019
2.2.4	Intenzívnejšie využiť možnosti "Cyrilo-metodejskej pútnickej trasy".	2019
<b>Problémová oblasť</b>		<b>2.3 SAKRÁLNO a PÚTNICTVO (Nitra ako Slovenský Betlehem)</b>
<b>Operatívny cieľ</b>		<b>Sakrálne dedičstvo destinácie je dostatočne zážitkovo využité a destinácia Región Nitra sa vo vnímaní návštevníkov aj vďaka napojeniu na tematické sakrálne trasy stáva skutočným Slovenským Betlehemom.</b>
<b>Opatrenie</b>		<b>Časový rámec</b>
2.3.1	Vytvoriť destinačnú pracovnú skupinu k tvorbe produktu „Nitra – Slovenský Betlehem“.	2018
2.3.2	Navrhnuť a vybudovať celoročnú ponuku zážitkových programov <b>pre seniorov</b> spojenú s poznávaním kresťanskej histórie destinácie a samostatne ju propagovať.	2019-2020
2.3.3	Zaradiť do destinačnej ponuky Nitriansky hrad s Diecéznym múzeom a mariánske pútnické miesto Kalvária s Misijným múzeom a podporovať pravidelné inovácie ich ponuky.	2018-2020
2.3.4	Maximálne využiť pre podporu predaja destinácie Mariánska púť 15.8.	2018
2.3.5	Zabezpečiť sprístupnenie diecéznej knižnice pre návštevníkov.	2019
2.3.6	Intenzívnejšie využiť možnosti "Svätojakubskej" pútnickej trasy".	2019
<b>Problémová oblasť</b>		<b>2.4 UNIVERZITNÁ NITRA</b>
<b>Operatívny cieľ</b>		<b>20.000 študentov v meste Nitra je dostatočne integrovaných do života mesta a počet zahraničných študentov medziročne rastie.</b>
<b>Opatrenie</b>		<b>Časový rámec</b>
2.4.1	Vytvoriť a každoročne zorganizovať "ikonický" uvítací event pre študentov .	2020
2.4.2	Podporovať bike-mobilitu mladých po meste Nitra.	2018-2020
2.4.3	Vytvoriť produkt "likealocal" pre hipsterov - prehliadok s miestnymi, tipmi na miestne podniky, podujatia, skryté zákutia, lokálne produkty a podobne.	2020
2.4.4	Vytvoriť aktivity na podporu mladých univerzitných talentov pri rozvoji jednotlivých produktových línií destinácie s prepojením na Kreativne centrum Martinský vrch.	2020
2.4.5	Podporovať zahraničných študentov informáciami o destinácii pri ich nástupe na štúdium v Nitre.	2019
2.4.6	Angažovať študentov ako sprievodcov po pamiatkach mesta a okolia.	2020
<b>Problémová oblasť</b>		<b>2.5 ZÁHRADNÍCTVO A POĽNOHOSPODÁRSTVO</b>
<b>Operatívny cieľ</b>		<b>Genius loci Mesta Nitra ako centra poľnohospodárstva (Agrokomplex, SPU) a bohaté okolie Nitry na kaštiele a parky je dostatočne využité v destinačnej ponuke.</b>
<b>Opatrenie</b>		<b>Časový rámec</b>

2.5.1	Zaviest' prvky interaktivity a zážitkového spoznávania pre expozície Slovenského poľnohospodárskeho múzea v areáli Agrokomplex a vytvoriť tak produkt <b>pre rodiny s deťmi</b> .	2019
2.5.2	Zriadiť pracovnú skupinu a vypracovať štúdiu budovania jazdeckej turistiky v destinácii v nadväznosti na Národný žrebčín Topoľčianky a okolie Nitry (Mojmírovce, Cabaj-Čápor, Poľný Kesov, Podzoborie).	2019
2.5.3	Navrhnuť inovatívne kultúrno - historické podujatia vo vzácných parkoch historických kaštieľov.	2019
2.5.4	Zapojiť do produktového portfólia aj nábregie rieky Nitra so službami pre návštevníkov (bikesharing, kaviarne, oddychové miesta a pod.) a Nitriansky mestský park s 2 jazierkami na rybolov.	2019
2.5.5	Zatraktívniť Botanickú záhradu v areáli Slovenskej poľnohospodárskej univerzity.	2019
2.5.6	Prizvať k spolupráci, zriadiť pracovnú skupinu a vytvoriť partnerstvo s MAS (miestne akčné skupiny) z okolia Nitry a producentmi tradičných lokálnych produktov (medovina, čokoláda, med, paprika a pod.)	2018
<b>Problémová oblasť</b>		<b>2.6 ZOBOR</b>
<b>Operatívny cieľ</b>		<b>Vrch Zobor ako súčasť zastavení na 7 pahorkoch posilňuje svoje postavenie medzi top atribútmi vnímania Nitry.</b>
<b>Opatrenie</b>		<b>Časový rámec</b>
2.6.1	Vytvoriť destinačnú pracovnú skupinu a vypracovať koncepciu budovania pešej turistiky na území destinácie Nitra región	2019
2.6.2	Vytvoriť strategické partnerstvo s Klubom slovenských turistov a spoločne upravovať značenie turistických trás a infraštruktúru pre peších turistov.	2020
2.6.3	Zvýšiť povedomie o Nitre ako o meste na 7 pahorkoch formou fotopointu (hashtagu) NITRAVA v hlaholike s každým písmenom na jednom zo 7 pahorkov.	2018
2.6.4	Zvýšiť interaktivitu expozícií Ponitrianskeho múzea.	2019
2.6.5	Podporiť budovanie moderného turistického cieľa - obnova lanovky na Zobor po novej trase a sprístupnenie Svoradovej jaskyne.	2018-2020
2.6.6	Vniesť prvky interaktivity pre náučný chodník s 27 zastaveniami v Zoborských vrchoch.	2019
2.6.7	Vytvoriť strategické partnerstvo so Zoborským skrášľovacím spolkom o.z. a CHKO Ponitrie.	2018
2.6.8	Zatraktívniť služby pre návštevníkov Arborétum Mlyňany, po tom, čo sa stanú členom NOCR.	2019
<b>Problémová oblasť</b>		<b>2.7 REGIONÁLNA ZĽAVOVÁ KARTA</b>
<b>Operatívny cieľ</b>		<b>Regionálna zľavová karta je vhodne nastavená ako nástroj podpory predaja destinácie a predlžovania pobytu v destinácii.</b>
<b>Opatrenie</b>		<b>Časový rámec</b>
2.7.1	Posúdiť technologické riešenie regionálnej zľavovej karty a prevziať časť obsahu karty za destináciu pod NOCR a vlastnú regionálnu zľavovú kartu.	2019
2.7.2	Prepojiť kartu s dopravným riešením (mestská doprava, prímestská doprava, bikesharing).	2020
2.7.3	V spolupráci s Ministerstvom dopravy a výstavby SR, Sekciou CR umožniť prepojenie súčasnej karty s pripravovanou národnou kartou („preklopenie obsahu“).	2018
<b>Problémová oblasť</b>		<b>2.8 OKOLIE NITRY</b>
<b>Operatívny cieľ</b>		<b>Jedinečné okolie Nitry je integrálnou súčasťou destinačnej ponuky, ktorá sa každý rok dopĺňa a inovuje.</b>
<b>Opatrenie</b>		<b>Časový rámec</b>
2.8.1	Vytvoriť minimálne jedno ikonické podujatie pre Topoľčianky s Národným žrebčínom.	2019
2.8.2	Dramaturgicky a organizačne posilniť ikonické podujatie pre Mojmirovce - Barokový festival.	2018
2.8.3	Pre každú členskú samosprávu iniciovať a podporovať minimálne jedno ikonické podujatie spojené s jedinečnosťou a výnimočnosťou daného miesta.	2018- 2020

<b>2.8.4</b>	Vytvoriť pracovnú skupinu a vypracovať koncepciu rozvoja jazdeckej turistiky na území destinácie.	2020
<b>2.8.5</b>	Vytvoriť destinačnú pracovnú skupinu a vypracovať destinačnú ponuku SVADBA ("Ak svadba, tak v Nitre") previazanú na Nitriansky hrad, kostolík Dražovce, romantické (zrekonštruované) kaštiele v okolí, parkové záhrady v okolí Nitry a podobne a samostatne ju propagovať.	2018
<b>Problémová oblasť</b>		<b>2.9 VIANOCE</b>
<b>Operatívny cieľ</b>		<b>Stredoveké Vianočné trhy sú dostatočne atraktívne, aby boli dôvodom návštevy mesta a šľachtické Vianoce dôvodom návštevy okolia.</b>
<b>Opatrenie</b>		<b>Časový rámec</b>
<b>2.9.1</b>	Podporovať organizovanie zážitkových vianočných trhov v Hornom Meste a na Hrade v „rozprávkovom“ a „stredovekom“ duchu a každoročne ich inovovať.	2018
<b>2.9.2</b>	Podporovať organizovanie „šľachtických“ adventných víkendov v kaštieloch v okolí Nitry a každoročne ich inovovať.	2019
<b>2.9.3</b>	Vytvoriť destinačnú pracovnú skupinu a vypracovať destinačnú ponuku „VIANOCE v regióne Nitra“ a samostatne ju propagovať.	2019
<b>Problémová oblasť</b>		<b>2.10 NITRA pre skupiny</b>
<b>Operatívny cieľ</b>		<b>Destinačná ponuka Regiónu Nitra je dostatočne atraktívna pre skupiny a ich počet v destinácii medziročne rastie.</b>
<b>Opatrenie</b>		<b>Časový rámec</b>
<b>2.10.1</b>	Inicovať činnosť incomingovej cestovnej kancelárie pre destináciu Nitra.	2018-2020
<b>2.10.2</b>	Spolupracovať s poskytovateľmi zážitkov pri tvorbe inovatívnych ponúk pre skupiny ako napríklad pre školy s Divadlom Andreja Bagara prehliadka zákulisia divadla.	2018-2020
<b>2.10.3</b>	Pravidelne organizovať fam tripy pre cestovné kancelárie a robiť im náležitý servis.	2018-2020
<b>2.10.4</b>	Zastrešiť predaj produktov aj vlastnými kapacitami NOCR.	2018-2020
<b>2.10.5</b>	Aktívne oslovovať skupiny seniorov a škôl s ponukou pre danú sezónu roka.	2018-2020

<b>Strategická oblasť</b>		<b>3 Nitra - incentívna a kongresová destinácia</b>
<b>Strategický cieľ</b>		<b>Nitra plne využíva potenciál koncentrácie výstavníctva, priemyslu, vysokého školstva a unikátnej incentívnej ponuky pre ekonomický prospech svojich destinačných partnerov.</b>
	<b>Problémová oblasť</b>	<b>Operatívny cieľ</b>
<b>3.1</b>	<b>VÝSTAVISKO AGROKOMPLEX</b>	Destinácia má dostatočne využitý potenciál pre predaj destinačnej ponuky v prepojení na vystavovateľov a návštevníkov výstav v Agrokomplexe.
<b>3.2</b>	<b>UNIVERZITNÉ KONGRESY</b>	Potenciál predaja destinačnej ponuky účastníkom odborných konferencií a kongresov je dostatočne využitý.
<b>3.3</b>	<b>ŠPORT</b>	Destinácia využije naplno titul Európske mesto športu 2018 a využije športy, ktoré majú v destinácii zázemie a sú úspešnými, na uchádzanie sa a následné organizovanie významných celoslovenských a medzinárodných podujatí.
<b>3.4</b>	<b>FIREMNÁ INCENTÍVA</b>	Destinácia má využitý zážitkový potenciál produktov s vyššou pridanou hodnotou pre firemnú klientelu z Nitry a zo spádového okolia 100 km.

<b>Problémová oblasť</b>		<b>3.1 VÝSTAVISKO AGROKOMPLEX</b>
<b>Operatívny cieľ</b>		<b>Destinácia má dostatočne využitý potenciál pre predaj destinačnej ponuky v prepojení na vystavovateľov a návštevníkov výstav v Agrokomplexe.</b>
<b>Opatrenie</b>		<b>Časový rámec</b>



<b>3.1.1</b>	Osloviť destinačnou ponukou vystavovateľov veľtrhov v Agrokomplexe (B2B ponuka).	2018
<b>3.1.2</b>	Na najväčších výstavách Agrokomplexu mať „vysunutý“ destinačný informačný bod a informovať návštevníkov výstavy o destinačnej ponuke (B2C ponuka).	2018
<b>3.1.3</b>	Stať sa strategickým marketingovým partnerom Agrokomplexu a navzájom si marketingovo vypomáhať (cross marketing) napríklad tým, že NOCR s destinačnou ponukou bude pravidelnou súčasťou newslettera Agrokomplexu.	2018
<b>Problémová oblasť</b>	<b>3.2 UNIVERZITNÉ KONGRESY</b>	
<b>Operatívny cieľ</b>	<b>Potenciál predaja destinačnej ponuky účastníkom odborných konferencií a kongresov je dostatočne využitý.</b>	
<b>Opatrenie</b>		<b>Časový rámec</b>
<b>3.2.1</b>	Vytvoriť strategické partnerstvo so Slovenskou poľnohospodárskou univerzitou (SPU) a Univerzitou Konštantína Filozofa (UKF) v oblasti podpory a spoluorganizovania odborných konferencií a kongresov v destinácii Región Nitra.	2018
<b>3.2.2</b>	Podieľať sa na odbornom usmerovaní budovania zázemia pre kongresový cestovný ruch na univerzitách (kongresové priestory, kongresové služby a podobne).	2018-2020
<b>3.2.3</b>	Stať sa členom Slovak Convention Bureau (SCB) ako regionálna kongresová destinácia a destinačne využiť ich portfóliu aktivít.	2019
<b>3.2.4</b>	Vytvoriť partnerstvo s nákupnými centrami a pre účastníkov konferencií a kongresov ponúknuť jednorázovú výhodu z čerpania služieb nákupných centier ale aj služieb destinačnej ponuky (voucher).	2019
<b>Problémová oblasť</b>	<b>3.3 ŠPORT</b>	
<b>Operatívny cieľ</b>	<b>Destinácia využije naplno titul Európske mesto športu 2018 a využije športy, ktoré majú v destinácii zázemie a sú úspešnými, na uchádzanie sa a následné organizovanie významných celoslovenských a medzinárodných podujatí.</b>	
<b>Opatrenie</b>		<b>Časový rámec</b>
<b>3.3.1</b>	Využiť titul Európske mesto športu 2018 na zvýšenie reputácie mesta na Slovensku a propagácie športového zázemie pre významné športy (beh, cyklistika, paragliding, bezmotorové lietanie a pod.)	2018
<b>3.3.2</b>	Vytvoriť destinačnú pracovnú skupinu a pokračovať v organizovaní významných športových podujatí v meste v partnerstve s NOCR a pravidelne ich inovovať.	2018-202
<b>3.3.3</b>	S podporou NOCR priniesť do mesta Nitra aj do destinácie významné národné a medzinárodné športové podujatia v športoch, pre ktoré je v destinácii zázemie.	2018-2020
<b>Problémová oblasť</b>	<b>3.4 FIREMNÁ KLIENTELA</b>	
<b>Operatívny cieľ</b>	<b>Destinácia má využitý zážitkový potenciál produktov s vyššou pridanou hodnotou pre firemnú klientelu z Nitry a zo spádového okolia 100 km.</b>	
<b>Opatrenie</b>		<b>Časový rámec</b>
<b>3.4.1</b>	Zahájiť spoluprácu v oblasti B2B s novým automobilovým výrobcom Landrover, výrobcem elektroniky SAMSUNG, elektrárňou Mochovce (spoločnosť ENEL) a inými firmami v regióne s ponukou na trávení voľného času zamestnancov a na tímbuildingy.	2018
<b>3.4.2</b>	Zúčastniť sa významných B2B podujatí pre eventové a teambuildingové agentúry na Slovensku a na cieľových zahraničných trhoch s ponukou firemnej incentívy.	2018-2020
<b>3.4.3</b>	Organizovať špecializované fam tripy do destinácie pre eventové a teambuildingové agentúry-	2018-2020

<b>Strategická oblasť</b>	<b>4 Cieleny destinačný marketing</b>	
<b>Strategický cieľ</b>	<b>Destinácia využíva prvky modernej destinačnej komunikácie na segmenty, ktoré sú pre ňu relevantné, a ktorých potreby pozná.</b>	
<b>Problémová oblasť</b>	<b>Operatívny cieľ</b>	

<b>4.1</b>	<b>KAMPANE</b>	Destinácia má vyprofilovaný jedinečný cieľový imidž (USP = unique selling proposition) a na to má naviazané celoročné destinačné kampane na cieľových trhoch a pre cieľové segmenty.
<b>4.2</b>	<b>MANAŽMENT PODUJATÍ</b>	NOCR nemá vytvorené kapacity na manažment autorských „ikonických“ podujatí pre cieľové segmenty.
<b>4.3</b>	<b>ONLINE MARKETING</b>	Destinácia maximálne efektívne využíva dostupné nástroje online destinačného marketingu (storytelling, destinačný blog, gamifikácia, digitálny obsah – video, fotografie, instagram a podobne).
<b>4.4</b>	<b>PRÁCA S MÉDIAMI</b>	Destinácia pravidelne komunikuje s novinármi, dostatočne využíva efektívny nástroj infociest pre novinárov z cieľových trhoch a cieľových destinačných tém, ako aj bloggerov pre systematické zviditeľňovanie destinácie.

<b>Problémová oblasť</b>		<b>4.1 KAMPANE</b>
<b>Operatívny cieľ</b>		<b>Destinácia má vyprofilovaný jedinečný cieľový imidž (USP = unique selling proposition) a na to má naviazané celoročné destinačné kampane na cieľových trhoch a pre cieľové segmenty.</b>
<b>Opatrenie</b>		<b>Časový rámec</b>
<b>4.1.1</b>	Zrealizovať sériu workshopov k definovaniu USP destinácie Región Nitra a cieľových segmentov, tak aby sa s tým stotožnili destinační partneri.	2018
<b>4.1.2</b>	Realizovať imidžové destinačné kampane na cieľových trhoch v nasledovnej logickej postupnosti : Slovensko (testovanie) -> Česká republika -> Maďarsko -> Poľsko -> Rakúsko s využitím vhodných marketingových nástrojov.	2018-2020
<b>4.1.3</b>	Realizovať imidžové destinačné kampane pre definované cieľové segmenty v prepojení na produktové línie destinácie v poradí dôležitosti stanovenej podľa početnosti a ich pridanej hodnoty (priemerný výdavok v destinácii) s využitím vhodných marketingových nástrojov.	2019-2020
<b>Problémová oblasť</b>		<b>4.2 MANAŽMENT PODUJATÍ</b>
<b>Operatívny cieľ</b>		<b>NOCR nemá vytvorené kapacity na manažment autorských „ikonických“ podujatí pre cieľové segmenty.</b>
<b>Opatrenie</b>		<b>Časový rámec</b>
<b>4.2.1</b>	Zatraktívniť "kultúrne leto v Nitre", aby podporilo návštevnosť destinácie v letných mesiacoch.	2019
<b>4.2.2</b>	Pokračovať v autorských podujatiach (Noc múzeí, Hradovanie, Festival chutí) v komerčnom režime, každoročne ich inovovať, aby generovali príjmy pre NOCR.	2018-2020
<b>4.2.3</b>	Motivovať kultúrnych operátorov a turistické body záujmu (POIs) k vytvoreniu detskej ponuky, dostupnej aj počas víkendov.	2019-2020
<b>4.2.4</b>	Zorganizovať Dni európskeho kultúrneho dedičstva 2018 - otvorenie v Nitre na Zoborskom kláštore.	2018
<b>4.2.5</b>	V spolupráci s oddelením kultúry a Divadlom Andreja Bagara pripraviť produkt "Živá kronika" (12 mesiacov = 12 hraných príbehov) na budovanie vzťahu miestnych k mestu.	2018
<b>Problémová oblasť</b>		<b>4.3 ONLINE MARKETING</b>
<b>Operatívny cieľ</b>		<b>Destinácia maximálne efektívne využíva dostupné nástroje online destinačného marketingu (storytelling, destinačný blog, gamifikácia, digitálny obsah – video, fotografie, instagram, newsletter a podobne).</b>
<b>Opatrenie</b>		<b>Časový rámec</b>
<b>4.3.1</b>	Komunikáciu v online prostredí zamerať na pútavy storytelling destinačných príbehov v zadaných produktových líniách.	2018-2020
<b>4.3.2</b>	Spracovať imidžové destinačné video a krátke produktové a segmentačné videá na šírenie v online prostredí.	2018

4.3.3	Umocnenie zážitku z návštevy Nitry cez „gamifikáciu“ (lov pokladov, interaktivita expozícií a pod.)	2019
4.3.4	Zaviesť pravidelný B2B a B2C destinačný newsletter.	2018
4.3.5	Zaviesť destinačný blog.	2018
4.3.6	Zabezpečiť jazykové mutácie destinačného portálu podľa cieľových trhov (anglicky, maďarským poľsky, nemecky).	2018-2019
4.3.7	Vytvoriť mobilnú aplikáciu s destinačnou ponukou pre smartphony.	2020
<b>Problémová oblasť</b>		<b>4.4 PRÁCA S MÉDIAMI</b>
<b>Operatívny cieľ</b>		<b>Destinácia pravidelne komunikuje s novinármi, dostatočne využíva efektívny nástroj infociest pre novinárov z cieľových trhoch a cieľových destinačných tém, ako aj bloggerov pre systematické zviditeľňovanie destinácie.</b>
<b>Opatrenie</b>		<b>Časový rámec</b>
4.4.1	Každoročne organizovať minimálne jednu infocestu pre slovenských novinárov, minimálne jednu pre cieľový zahraničný trh, minimálne jednu v top ročnej destinačnej téme (špecializovaní novinári), a minimálne jednu pre bloggerov.	2018-2020
4.4.2	Zaviesť pravidelný tlačový servis destinácie o novinkách pre novinárov z cieľových trhov.	2018
4.4.3	Zaviesť pravidelné odborné novinky v B2B časti destinačného portálu.	2019

<b>Strategická oblasť</b>		<b>5 TOP návštevnícky servis</b>
<b>Strategický cieľ</b>		<b>Destinácia dosahuje vysokú návratnosť návštevníkov – výletníkov – vďaka nezabudnuteľnej starostlivosti a komunikácii pred, počas a po pobyte a predlžuje im pobyt v destinácii.</b>
	<b>Problémová oblasť</b>	<b>Operatívny cieľ</b>
5.1	<b>SIEŤ INFORMAČNÝCH CENTIER</b>	Destinácia má vytvorenú vlastnú sieť informačných centier a informačných bodov v destinácii na miestach so zvýšenou koncentráciou návštevníkov.
5.2	<b>TLAČOVÝ SERVIS DESTINÁCIE</b>	NOCR je destinačným partnerom pre ubytovacie zariadenia, turistické body záummu a podujatia s najvyššou koncentráciou návštevníkov a poskytuje im náležité destinačné tlačoviny.
5.3	<b>CENTRÁLNY DESTINAČNÝ SYSTÉM</b>	Destinácia má na svojom destinačnom portáli prepojenie na online systém rezervácií ubytovania, pobytových balíkov, kultúrnych podujatí, dopravy.
5.4	<b>HODNOTENIE KVALITY</b>	Hodnotenie kvality služieb a certifikácia nie sú v destinácii zavedené, systematicky sledované ani zabezpečené.
5.5	<b>DOSTUPNOSŤ DESTINAČNÝCH PRODUKTOV</b>	Turistické body záujmu (POIs) sú koncepčne prepojené cyklotrasami ani pravidelnými turistickými autobusmi.

<b>Problémová oblasť</b>		<b>5.1 SIEŤ INFORMAČNÝCH CENTIER</b>
<b>Operatívny cieľ</b>		<b>Destinácia má vytvorenú vlastnú sieť informačných centier a informačných bodov v destinácii na miestach so zvýšenou koncentráciou návštevníkov.</b>
<b>Opatrenie</b>		<b>Časový rámec</b>
5.1.1	Začleniť časť informačného systému pod NISYS zameraného na návštevníka do štruktúry NOCR a ponechať mu len informačnú funkciu pre občana.	2019
5.1.2	Vybudovať informačné miesta na turisticky navštevovaných miestach záujmu v destinácii a nástupných bodoch do destinácie (Topoľčianky, Mojmírovce, autobusová stanica Arriva...).	2018-2020
5.1.3	Vytvoriť dizajnmanuál interiérového vybavenia a polepov NISYS a iných "infobodov".	2018
5.1.4	Rozšíriť informačný (návštevnícky) servis počas TOP podujatí v destinácii.	2018

<b>Problémová oblasť</b>	<b>5.2 TLAČOVÝ SERVIS DESTINÁCIE</b>	
<b>Operatívny cieľ</b>	<b>NOCR je destinačným partnerom pre ubytovacie zariadenia, turistické body záujmu a podujatia s najvyššou koncentráciou návštevníkov a poskytuje im náležité destinačné tlačoviny.</b>	
<b>Opatrenie</b>		<b>Časový rámec</b>
<b>5.2.1</b>	Vytvoriť "balík" destinačných tlačovín pre distribúciu na hoteloch a turistických bodoch záujmu (trhacia mapa a skrátený sprievodca), B2B katalóg, B2C sprievodca, skladacia mapa pre konferencie a kongresy.	2018-2019
<b>5.2.2</b>	Pravidelne distribuovať destinačné brožúry na hotelové recepcie a informačné body v destinácii.	2018
<b>5.2.3</b>	Stať sa destinačným partnerom veľtrhov v Agrokomplexe, konferencií, kongresov, športových podujatí organizovaných v destinácii a poskytovať im náležité destinačné tlačoviny.	2018
<b>Problémová oblasť</b>	<b>5.3 CENTRÁLNY DESTINAČNÝ SYSTÉM</b>	
<b>Operatívny cieľ</b>	<b>Destinácia má na svojom destinačnom portáli prepojenie na online systém rezervácií ubytovania, pobytových balíkov, kultúrnych podujatí, dopravy.</b>	
<b>Opatrenie</b>		<b>Časový rámec</b>
<b>5.3.1</b>	Zaviesť sériu workshopov pochopeniu potreby a systému destinačného balíkovania.	2019
<b>5.3.2</b>	Zaviesť technológiu pre systém automatického balíkovania ubytovania s doplnkovými destinačnými službami (prehliadka mesta, vstupenka na podujatie, ochutnávka a podobne) a integrovať to na destinačný portál tak, aby pobytové balíky boli dostupné k online kúpe.	2020
<b>Problémová oblasť</b>	<b>5.4 HODNOTENIE KVALITY</b>	
<b>Operatívny cieľ</b>	<b>Hodnotenie kvality služieb a certifikácia nie sú v destinácii zavedené, systematicky sledované ani zabezpečené.</b>	
<b>Opatrenie</b>		<b>Časový rámec</b>
<b>5.4.1</b>	Zaviesť pravidelné vyhodnocovanie referencií o destinácii a jej službách v online prostredí (sledovanie spätnej väzby od návštevníkov na návštevníckych portáloch ako Tripadvisor, booking.com a pod.)	2018
<b>5.4.2</b>	Zaviesť vzdelávanie v oblasti pro-zákazníckeho správania v podnikoch a zariadeniach cestovného ruchu.	2020
<b>5.4.3</b>	Zaviesť hodnotenie a certifikáciu kvality služieb cestovného ruchu v destinácii prepojenú na vzdelávanie.	2020
<b>Problémová oblasť</b>	<b>5.5 DOSTUPNOSŤ DESTINAČNÝCH PRODUKTOV</b>	
<b>Operatívny cieľ</b>	<b>Turistické body záujmu (POIs) sú koncepcne prepojené cyklotrasami ani pravidelnými turistickými autobusmi.</b>	
<b>Opatrenie</b>		<b>Časový rámec</b>
<b>5.5.1</b>	Zriadiť v meste Nitra výhliadkový turistický vláčik.	2018
<b>5.5.2</b>	Zriadiť pracovnú skupinu, vypracovať štúdiu a zabezpečiť postupné prepojenie turistických bodov záujmu (POIs) cyklotrasami v meste Nitra aj smerom na bližšie okolie mesta vrátane dobudovania služieb a infraštruktúry pre cykloturistov.	2019
<b>5.5.3</b>	Zriadiť pracovnú skupinu, vypracovať štúdiu a zaviesť pravidelné turistické autobusové spojenia do subdestinácií v okolí Nitry.	2019
<b>5.5.4</b>	Nájsť lokalitu a označiť ju pre turistické parkovanie v meste Nitra a subdestináciách v okolí (pre turistické autobusy, osobné autá).	2018