



NITRIANSKA ORGANIZÁCIA CESTOVNÉHO RUCHU



Rozvoj udržateľného cestovného ruchu a certifikovaných značiek v destinácii Nitra

Strategický a koncepčný dokument NOCR
pre roky 2020 - 2025

**Strategický dokument zameraný na rozvoj udržateľného CR pre Nitriansku organizáciu CR (NOCR)
a certifikovaných značiek v destinácii Nitra pre roky 2021-2025**

Autor: Ľudmila Elexová a Renáta Lelovská

Konzultanti: Alena Pivarčiová, Tereza Zájecová, Danka Póčíková, Marta Hároniková, Iveta Niňajová a Zuzana Pálenčíková

Použité fotografie: Lukáš Buš, Andrea Koncová, Peter Michalík, archív NOCR

Obsah

- 4 A. Analýza súčasného stavu – cestovný ruch v meste Nitra**
 - A1. Vymedzenie záujmového územia mesta Nitra
 - A2. Analýza manažmentu cestovného ruchu v destinácii Nitra
 - A3. Východiskové dokumenty pre potreby stratégie v oblasti cestovného ruchu
 - A4. Analýza trendov v cestovnom ruchu do roku 2031 (po pandémie COVID-19)
 - A5. Analýza ponuky cestovného ruchu v meste Nitra
 - A6. Analýza dopytu po cestovnom ruchu v meste Nitra
 - A7. Profil súčasného návštevníka mesta Nitra
 - A8. Dopady pandémie COVID-19
 - A9. Produktový mix mesta Nitra na trhu cestovného ruchu
 - A10. Zhrnutie a závery analytickej časti

- 25 B. Východiská pre ďalšie smerovanie NOCR pre roky 2020 - 2025**
 - B1. Návštevnosť destinácie v roku 2019
 - B2. Ubytovacie zariadenia v destinácii
 - B3. Prepojenie regionálnej produkcie s destinačnou ponukou
 - Možnosti tvorby zážitkových produktov regionálnych producentov
 - Rámcový návrh zážitkových programov/produktových balíčkov
 - Regionálne produkty v ponuke destinácie

- 37 C. Ďalšie smerovanie NOCR pre roky 2020 - 2025 - Návrhová časť**
 - C1. Vízia
 - C2. Strategické ciele a opatrenia NOCR
 - C3. Návrh spôsobu implementácie stratégie
 - C4. Akčný plán

- 58 Prílohy**

A. Analýza súčasného stavu – cestovný ruch v meste Nitra - Úvod

Cestovný ruch bol do prepuknutia svetovej pandémie COVID-19 v marci 2020 jeden z najvýznamnejších a najdynamickejších sa rozvíjajúcich sektorov európskej aj svetovej ekonomiky a významný faktor spotreby moderného človeka. Napriek nepredvídateľnej globálnej situácii a jej drvivým dopadom na ekonomiky s rozvinutým cestovným ruchom sa ukazuje, že napriek obavám zo šírenia nákazy a strachu z nakazenia u časti svetovej populácie, cestovný ruch nezanikol, ale prechádza radikálnou transformáciou. Súčasná spoločnosť vníma cestovný ruch už ako stabilnú súčasť svojho života, svojej spotreby a len ťažko sa jej vzdá. V danej situácii na trhu cestovného ruchu budú úspešné tie destinácie, ktoré sa prispôbia transformačným procesom na strane dopytu aj ponuky. Predložená analýza komplexne hodnotí vnútorné a vonkajšie prostredie cestovného ruchu v meste Nitra, pričom vychádza z analýzy:

- regionálnych, národných a nadnárodných dokumentov zaoberajúcich sa rozvojom cestovného ruchu,
- manažmentu a financovania cestovného ruchu v meste Nitra,
- dopytu po cestovnom ruchu vo svete, v Európe, na Slovensku a v Nitre,
- ponuky cestovného ruchu v meste Nitra a jeho bezprostrednom okolí,
- profilu návštevníka mesta Nitra z roku 2015.

Z uvedených analýz vyplývajú kľúčové východiská pre udržateľný rozvoj cestovného ruchu v meste Nitra v dlhodobom horizonte 2021-2031 (SWOT analýza).

Z dôvodu prepuknutia pandémie COVID-19 v marci 2020 bol predčasne ukončený prieskum dopytu po cestovnom ruchu u návštevníkov mesta Nitra¹, preto pri hodnotení dopytu vychádzame z výsledkov posledného reprezentatívneho prieskumu návštevníkov mesta Nitra z roku 2015 (B2C analýza). V analýze ďalej vychádzame zo záverov skupinovej diskusie s členmi Nitrianskej organizácie cestového ruchu (NOCR) a aktérmi cestovného ruchu v destinácii Nitra (B2B analýza), z odpočtu aktivít NOCR v roku 2019 a zo štatistických údajov TIC Nitra o cestovnom ruchu v meste a z údajov Štatistického úradu SR. Zdrojom sekundárnych údajov boli aj odborné publikácie a dokumenty voľne dostupné na internete.

¹ V mesiaci február 2020 bol zahájený nový prieskum návštevníkov mesta Nitra, do 9. 3. bolo vyzbieraných 175 odpovedí od návštevníkov Nity, tieto sice nepovažujeme za reprezentatívnu vzorku, ale budeme ich v analýze dopytu reflektovať.

A1. Vymedzenie záujmového územia mesta Nitry

Nitra, podobne ako večné mesto Rím, vznikla na siedmich pahorkoch. Panorámu Nitry tvorí Zobor, Nitriansky hrad, Kalvária, Borina, Dražovský kopec, Víšok a Martinský vrch. Mesto Nitra je okresné a zároveň krajské mesto, sídlo Nitrianskeho samosprávneho kraja. Mesto sa rozprestiera na ploche 100,45 km², na území medzi masívom Zobora (587 m) a vrchmi Kalvária (215 m) a Šibeničný vrch (218,5 m), ktoré možno považovať za časť Tribečského pohoria oddeleného riekou Nitrou od hlavného masívu. Nadmorská výška v meste sa pohybuje od 138 do 587 metrov nad morom. *Poloha mesta Nitry je daná týmito krajnými súradnicami: 48° 17' 18" severnej šírky (Čermáň), 48° 20' 15" severnej šírky (Zobor), 18° 04' 00" východnej dĺžky (Mlynárce), 18° 06' 30" východnej dĺžky (mesto Nitra).*

Nitru v súčasnosti tvorí 13 mestských častí: Čermáň, Diely, Dolné Krškany, Dražovce, Horné Krškany, Chrenová, Janíkovce, Klokočina, Kynek, Mlynárce, Párovské Háje, Staré mesto, Zobor. Na území mesta sa nachádza komplexná ponuka cestovného ruchu a vyskytuje sa tu sústredený dopyt po cestovnom ruchu (evidovaný počet návštevníkov v hromadných ubytovaných zariadeniach alebo evidovaný počet návštevníkov u prevádzkovateľov atraktivít cestovného ruchu ako sú múzeá, kúpaliská a pod.).

V nadväznosti na vymedzené územie mesta je dôležitá prepojenosť ponuky mesta na jeho bezprostredné okolie (okolité obce – napr. Nitrianske Hrnčiarovce, Lužianky, M. a V. Lapáš, Golianovo, Čechynce, Cabaj-Čápor, Jarok, Ivanka pri Nitre), najmä z hľadiska potenciálu sieťovania a tvorby nových produktov cestovného ruchu s cieľom predĺženia pobytu (počtu prenocovaní) v meste.

V meste Nitra a jej príslahlom okolí sa cestovný ruch odohráva v mestskom aj vidieckom prostredí a spravidla je tvorený kultúrnym a obchodným cestovným ruchom. Mestský cestovný ruch má prevažne charakter krátkodobých pobytov, pričom hlavným motívom cestovania je zážitok z historicky, kultúrne, obchodne alebo spoločensky zaujímavého miesta.

A 1.1 Demografia mesta Nitra

V rámci rozvoja cestovného ruchu v mestskej destinácii je dôležitá interakcia s miestnym obyvateľstvom, ktorá môže mať pozitívne aj negatívne dopady pre obidve strany. K 2. 1. 2020 Mesto Nitra eviduje 78 353 obyvateľov, z toho 37 273 (47,6 %) mužov a 41 080 (52,4 %) žien. V porovnaní s rokom 2001 je to pokles o 9 260 obyvateľov, čo indikuje významný pokles počtu obyvateľov mesta. Dôvodom sú jednak štrukturálne zmeny v ekonomike mesta (presun od vývoja a výskumu, poľnohospodárskej orientácie k priemyselnej výrobe), jednak odliv mladých Nitranov za „lepším životom“ do krajín EÚ aj mimo EÚ (tento trend sa výraznejšie prejavil po vstupe SR do EÚ a po uvoľnení pracovnej mobility a možnosti študovať v zahraničí).

Tabuľka: Vývoj počtu obyvateľov mesta s trvalým pobytom v rokoch 2001 - 2019

Rok	Počet obyvateľov
2001	87 613
2005	85 172
2010	82 661
2015	80 524
2016	80 130
2017	79 534
2018	79 131
2019	78 353

Zdroj: Mesto Nitra

Po dobudovaní priemyselného parku v Nitre sa výrazne zvýšil počet pracovných migrantov v meste. V priemyselnom parku sa v súčasnosti nachádzajú multinárodné a medzinárodné firmy. Medzi významných zamestnávateľov v priemyselnom parku patria: Jaguar – Landrover (UK), Kuka (Nemecko), DS Smith (UK), Foxconn (Čína), Gefco (Francúzsko), Gestamp (Španielsko), GU Gretsch-Unitas (Nemecko), Marel (Island), Mitsubishi Chemical Advanced Materials Composites s.r.o. (Japonsko), a iné. Celková kapacita priemyselného parku je 15 000 pracovných miest, pričom aktuálne je vyťažený na 66 % (cca 10 000 pracovných miest je obsadených). Značnú časť z nich tvoria cudzinci, ktorí však majú v Nitre zväčša iba prechodný pobyt. Na jeseň roka 2019 malo v Nitre nejaký typ pobytu 5143 cudzincov, z toho 2661 pochádzalo z krajín mimo EÚ/EHP (teda z tzv. tretích krajín) a 2482 bolo z členských štátov EÚ. Medzi cudzincami výrazne prevažovali muži (3419 osôb) nad ženami (1724 osôb). Z hľadiska veku prichádza najviac cudzincov v produktívnom veku 30-54 rokov (2983 osôb), druhý najvyšší počet je vo vekovej kategórii 15-29 rokov (1253 osôb). Vo veku 55-70 rokov malo v Nitre pobyt 639 cudzincov. Maloletých vo veku 0-14 rokov bolo 176. Najmenej bolo cudzincov, ktorí boli starší ako 71 rokov (92 osôb). Cudzinci prichádzajúci do Nitry za prácou, obsadzujú najmä pozície vo výrobe, v stavebníctve a iba čiastočne



78 353

počet obyvateľov Nitry
v roku 2019

41 080
žien



37 273
mužov



vyššie manažérske pozície. Na nižšie kvalifikované práce podľa respondentov prichádzajú najmä občania krajín na východ od Slovenska, na vyššie kvalifikované pozície najmä občania zo západných krajín. Postupne si tu niektorí budujú zázemie a prichádzajú za nimi celé rodiny.

Medzi desať najčastejších krajín, z ktorých pochádzajú cudzinci s pobytom v Nitre, patria:

- tretie krajiny: Srbsko 993, Ukrajina 881, Vietnam 125, Rusko 101, Gruzínsko 68, Macedónsko 66, Irak 63, Čína 45, Bosna a Hercegovina 40, India 34;
 - krajiny EÚ: Taliansko 498, Rumunsko 391, Bulharsko 295, Česká republika 281, Poľsko 231, Spojené kráľovstvo 147, Nemecko 141, Španielsko 115, Maďarsko 91, Rakúsko 55.
- (Zdroj: ÚHCP, 2019, In: Kriglerová, Chudžíková, 2020).

Jedným z prínosov zahraničnej migrácie do Nitry je vykrývanie nedostatku pracovnej sily. Nitra je mestom s mimoriadne nízkou nezamestnanosťou (ku koncu marca 2020 bola miera evidovanej nezamestnanosti v okrese Nitra na úrovni 2,41%, v priebehu apríla 2020 aj v dôsledku obmedzení súvisiacich so šírením koronavírusu stúpla na 3,66 %).

A1.2 Partnerské mestá Nitry

Presadenie mesta Nitra na medzinárodnom trhu cestovného ruchu je možné rozvíjať okrem iného aj cez platformu partnerských miest. **Mesto Nitra má vo svete 11 partnerských miest:** Kroměříž (Česká republika), Gosford (Austrália), Zielona Góra (Poľsko), Naperville (USA), Zoetermeer (Holandsko), České Budějovice (Česká republika), Osijek (Chorvátsko), Báčsky Petrovec (Srbsko), Spišská Nová Ves (Slovensko), Gyeongju (Južná Kórea). Ide o pestrú, ale zároveň nesúrodú skupinu miest.

Mesto Nitra by malo v budúcnosti vyberať za partnerské mestá adekvátnych partnerov z hľadiska počtu obyvateľov, hospodárskeho charakteru, kultúrnych a historických tradícií i mentality obyvateľstva.

Vzhľadom na prehlbovanie vzťahov medzi európskymi národmi by mal byť výber orientovaný primárne na členské štáty EÚ. Pre partnerskú spoluprácu by sa preto mali vyberať predovšetkým mestá:

- v okolitých krajinách,
- v dostupnej vzdialenosti (cca do 800 až 1000 km),
- porovnateľnej veľkosti,
- podobného charakteru (spoločné prieniky v oblasti histórie, kultúry, cestovného ruchu a ostatných ekonomických aktivít,
- prejavujúce záujem o aktívnu partnerskú spoluprácu (návrh spolupráce–zmluva- aktivity).

A2. Analýza manažmentu cestovného ruchu v destinácii Nitra



Cieľom tejto časti analýzy je konkretizovať súčasný systém riadenia a organizácie cestovného ruchu – popísať vymedzenie kompetencií a priorít jednotlivých aktérov cestovného ruchu z verejného a súkromného sektora, vzťah mesta k prevádzkovateľom turistických atrakcií v meste a jeho bezprostrednom okolí, identifikovať možnosti spolupráce na regionálnej úrovni s Nitrianskym samosprávnym krajom (NSK) a poukázať na možnosti realizácie spoločných projektov. Synergia vyššie spomínaných inštitúcií je nevyhnutná pre koordinovaný rozvoj cestovného ruchu nielen v skúmanej destinácii, ale aj v celom Nitrianskom kraji, ktorého prirodzeným centrom je mesto Nitra.

A 2.1 Organizačno-inštitucionálne zabezpečenie cestovného ruchu v mestskej destinácii Nitra

Kľúčovým aktérom cestovného ruchu vo verejnom sektore na úrovni mesta Nitra bol do roku 2018 **Útvar propagácie a cestovného ruchu** (ÚPaCR) spadajúci priamo pod primátora mesta Nitra a jeho organizačná zložka – Nitriansky informačný systém (NISYS), ktorý v meste plnil dve navzájom súvisiace funkcie: funkciu turistického informačného centra a funkciu mestského informačného strediska. V roku 2018 bol NISYS premenovaný na Turistické informačné centrum, ktoré primárne slúži ako zdroj informácií a miesto prvého kontaktu návštevníkov s mestom. V roku 2019 bola v rámci MsÚ Nitra realizovaná organizačná zmena a Útvar propagácie a cestovného ruchu (ÚPaCR) bol transformovaný na Odbor mestského rozvoja a cestovného ruchu s dvomi referátmi (referát mestského rozvoja, referát cestovného ruchu) a prevádzkou TIC Nitra. Od 1. 6. 2020 bola opäť realizovaná organizačná zmena, cestovný ruch bol z odboru mestského rozvoja odčlenený a vytvoril sa samostatný **Odbor TIC Nitra** s počtom 7 zamestnancov, z toho 2 odborných referentov -

manažérov, 1 administratívny pracovník pre cestovný ruch (back office) a 4 pracovníkov prvého kontaktu s návštevníkmi mesta (front office).

Na regionálnej úrovni má cestovný ruch vo svojej kompetencii **Odbor cestovného ruchu na Úrade Nitrianskeho samosprávneho kraja** (OCR ÚNSK), pozostávajúci z troch oddelení – oddelenie cezhraničnej spolupráce, oddelenie propagácie a marketingu a oddelenie cestovného ruchu.

Osobitné postavenie z radov aktérov cestovného ruchu, ktorí patria do verejného sektora, má Biskupský úrad, ktorý je správcom Nitrianskeho hradu, jednej z najvýznamnejších kultúrnych pamiatok na Slovensku a dominantnej atraktivity cestovného ruchu v meste Nitra. Ďalšiu osobitnú skupinu predstavujú štátne podniky a štátne príspevkové organizácie v gescii Ministerstva pôdohospodárstva a rozvoja vidieka SR, a to Agrokomples NÁRODNE VÝSTAVISKO, š.p., Agroištitút Nitra, š.p. a Agentúra pre rozvoj vidieka, príspevková organizácia.

Partnerstvo verejného a súkromného sektora, združujúce samosprávne, podnikateľské a iné subjekty pôsobiace v destinácii na úrovni mesta Nitra predstavuje **Nitrianska organizácia cestovného ruchu** (NOCR). NOCR bola založená 6. 3. 2012.

Jej zakladateľmi boli aktéri verejného sektora (Mesto Nitra, Agrokomplex - Výstavníctvo Nitra, š.p., Rímskokatolícka cirkev Biskupstvo Nitra) a aktéri cestovného ruchu zo súkromného sektora (LL real invest, s.r.o. – prevádzkovateľ hotela Mikado, Veolia Transport Nitra, a.s., dnes Arriva Nitra, a.s.). Jedná sa o samostatný právny subjekt pôsobiaci podľa zákona č. 91/2010 Z. z. o podpore cestovného ruchu registrovaný Ministerstvom dopravy a výstavby SR. Od roku 2014 do roku 2016 bolo členom NOCR združenie právnických osôb - Organizácia cestovného ruchu okresu Nitra (OCRON). V priebehu rokov 2015 - 2016 do členskej základne pribudli zástupcovia z radov verejného sektora (obce Topoľčianky a Mojmírovce, Agroinštitút Nitra, š.p.) a súkromného sektora (Vinárske závody Topoľčianky, s.r.o., Kaštieľ Mojmírovce, s.r.o.). V roku 2019 sa členmi NOCR stali: obec Bojná, kde sa vzájomne napájame na cyrilometodskú tradíciu, MAS Cedron-Nitrava, držiteľ regionálnej značky Nitrava a OZ Radošinka, držiteľ regionálnej certifikovanej značky Ponitrie.

Vysokoškolské vzdelávanie v cestovnom ruchu

V meste Nitra funguje **stredoškolské aj univerzitné vzdelávanie v oblasti cestovného ruchu a rozvoja regiónu.**

V rámci siete stredných odborných škôl ide o tieto školy: Hotelová akadémia Nitra, Stredná odborná škola gastronómie a cestovného ruchu, Stredná odborná škola techniky a služieb – Odbor Obchod a podnikanie (odbor sa delí na blok obchodu a blok cestovného ruchu) a Súkromná stredná odborná škola

ANIMUS na Levickej 40, Nitra.

Nitrianske univerzity UKF a SPU rovnako vychovávajú odborníkov – manažérov pre oblasť cestovného ruchu. V akademickom roku 2019/2020 mali nasledovné počty absolventov v 1. a 2. stupni VŠ štúdiá.

UKF v Nitre:

- Filozofická fakulta, Katedra manažmentu kultúry a turizmu (68)
- Fakulta stredo európskych štúdií, Katedra cestovného ruchu (68)
- Fakulta prírodných vied, Katedra geografie a regionálneho rozvoja (49)

SPU v Nitre:

- Fakulta európskych štúdií a rozvoja vidieka, Katedra regionalistiky a rozvoja vidieka (59).

Počet študentov študujúcich na univerzitách v Nitre má mierne klesajúcu tendenciu (aj v celoslovenskom meradle). (SPU v Nitre: v roku 2018 to bolo 6250 študentov z toho 167 zahraničných, v roku 2019 to bolo 5707 študentov, z toho 156 zahraničných, UKF v Nitre: v roku 2018 to bolo 7143 študentov z toho 249 zahraničných, v roku 2019 to bolo 7029 študentov, z toho 345 zahraničných). Z prieskumov univerzít vyplýva, že len cca 7 % absolventov zostáva v Nitre.

V tabuľke uvádzame jednoduchú schému, ktorá zachytáva kľúčových aktérov cestovného ruchu v meste Nitra a v nadväznosti na jeho bezprostredné okolie (susediace obce). Organizácie sú rozdelené do verejného a súkromného sektora.

Tabuľka: Súčasný stav organizačno-inštitucionálneho zabezpečenia cestovného ruchu v destinácii Nitra

VEREJNÝ SEKTOR		VEREJNO-SÚKROMNÉ PARTNERSTVÁ	SÚKROMNÝ SEKTOR
Regionálna úroveň	Miestna úroveň		
<p>Nitriansky samosprávny kraj odbor cestovného ruchu</p> <ul style="list-style-type: none"> - oddelenie cezhraničnej spolupráce - oddelenie propagácie a marketingu - oddelenie cestovného ruchu <p>Počet zamestnancov: 15 osôb</p> <p>Komisia cestovného ruchu a zahraničných vzťahov (8 poslancov, 6 odborníkov)</p> <p>Strategické dokumenty:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Regionálna integrovaná územná stratégia Nitrianskeho kraja na roky 2014 - 2020 - Strategický a marketingový plán rozvoja cestovného ruchu v Nitrianskom samosprávnom kraji na roky 2014 – 2020 - Program cezhraničnej spolupráce Interreg V-A Slovenská republika – Maďarsko 2014 – 2020 (2014) <i>Príprava:</i> Integrovaná územná stratégia 2021-2027, Stratégia rozvoja cestovného ruchu 	<p>Mesto Nitra - odbor mestského rozvoja a cestovného ruchu</p> <ul style="list-style-type: none"> - referát mestského rozvoja - referát cestovného ruchu - prevádzka TIC Nitra <p>Počet zamestnancov: 11 osôb</p> <p>Organizačná zmena od 1.6.2020</p> <p>Odbor TIC Nitra</p> <p>Počet zamestnancov: 7 osôb</p> <p>Komisia Mestského zastupiteľstva v Nitre pre miestny rozvoj, cestovný ruch a zahraničné vzťahy (5 poslancov, 4 odborníci)</p> <p>Strategické dokumenty:</p> <p>Plán hospodárskeho a sociálneho rozvoja mesta Nitry na roky 2015-2023</p> <p><i>Realizácia:</i> Analýza súčasného návštevníka mesta Nitry – predčasne ukončené</p> <p><i>Príprava:</i> Akčného plánu na roky 2020 - 2021 z PHSR, Stratégia cestovného ruchu mesta Nitry</p>	<p>Nitrianska organizácia cestovného ruchu</p> <p>Počet zamestnancov: 2 osoby + zamestnanci na dohodu</p> <p>Strategické dokumenty:</p> <p>Strategický a koncepčný dokument NOCR pre roky 2018-2020</p> <p>Odpočet plnenia cieľov ku koncu roku 2019</p> <p><i>Príprava:</i> Koncepčný dokument NOCR pre roky 2020-2023</p> <p>„Opatrenia v oblasti tvorby produktu NOCR so zameraním na regionálnu produkciu“</p> <p>MAS v obciach susediacich s mestom Nitra:</p> <p>MAS RZ Dolná Nitra o. z.</p> <p>MAS Cedron-Nitrava</p> <p>MAS Vitis</p> <p>MAS Radošinka</p> <p>MAS Žibrica</p>	<p>Asociácia Divadelná Nitra</p> <p>Hidepark Nitra, o.z.</p> <p>Nitriansky horský spolok</p> <p>Zoborský skrášľovací spolok</p> <p>Nitrafiesta</p> <p>OZ Castellum</p> <p>Aeroklub Nitra, o.z.</p> <p>a iní...</p>
		Aktéri v cestovnom ruchu/ verejný sektor	
		Biskupstvo Nitra	

A 2.2 Inštitucionálna spolupráca v cestovnom ruchu v meste Nitra

Na miestnej úrovni Mesto Nitra najintenzívnejšie spolupracuje s NOCR. Ako jeden zo zakladajúcich členov NOCR, každoročne prispieva na jej fungovanie formou členského príspevku. Členský príspevok pre oblastnú organizáciu CR predstavoval v roku 2017 a 2018 sumu 20 000,- €, v roku 2019 bol navýšený na 25 000,- € a na rok 2020 bol schválený vo výške 40 000,- €. Novinkami v ponuke a výsledkom spolupráce sú sprevádzania „like a local - či ako miestny“ a vínobus, realizujú sa pravidelné zážitkové balíky a podujatia pre turistov („Objav miesto, zaži príbeh v divadle“, vínný turizmus, „Degustácie vín v divadle“, „Mladé vína v Synagóge“, Festival chutí ...) a press tripy pre novinárov. Koncom roka 2019 bol uskutočnený odpočet a evaluácia dosiahnutých cieľov vyplývajúcich zo STRATEGICKÉHO A KONCEPČNÉHO DOKUMENTU NOCR pre roky 2018 – 2020. Z dokumentu vyplýva, že významným hendikepom pre spolupracujúce inštitúcie je distribúcia a odbyt produktových balíkov. Ďalej chýba zaradenie balíkov do ponuky významných incomingových CK na Slovensku, zvýšenie počtu variantov produktov spojené s intenzívnejšou spolupracou a sieťovaním s aktérmi cestovného ruchu v regióne a inovácia existujúcich variantov s ohľadom na nové trendy na trhu. Príležitosťou pre rozvoj cestovného ruchu je nadviazať spoluprácu so spoločnosťou Jaguar Land Rover cez platformu MICE.

Horizontálna spolupráca medzi Mestom Nitra a NOCR funguje najmä v oblasti marketingu a propagácie, kde subjekty podľa svojich možností participujú na veľtrhoch, prezentačných akciách a spolupracujú v oblasti vytvárania propagačných materiálov. Subjekty intenzívne spolupracujú pri organizovaní podujatí zameraných na kultúru, cestovný ruch, návštevníkov mesta a zážitkové poznávanie (Svetový deň sprievodcov cestovného ruchu, Noc múzeí a galérií, Nitra, milá Nitra, Festival chutí, oslavy Svetového dňa cestovného ruchu, atď.), pri tvorbe strategických a koncepčných dokumentov za oblasť cestovného ruchu (PHSR Mesta Nitry, Koncepcia cestovného ruchu atď.), pri realizácii národných a európskych projektov, realizácii turistickej infraštruktúry (napr. informačných tabúľ pre turistov a tvorbe turistických aplikácií). Problémovou oblasťou je nejednotný manažment destinácie, nejednotná marketingová stratégia, informačný systém a systematický zber štatistických dát. Duplicita sa prejavuje v propagácii ponuky, produktov a v ponuke sprievodcovských služieb.

Z pohľadu manažmentu cestovného ruchu v meste Nitra je veľmi dôležitá **vertikálna spolupráca medzi regionálnou samosprávou (NSK) a miestnou samosprávou (Mesto Nitra) a ostatnými aktérmi cestovného ruchu na území Nitry (NOCR, občianski aktivisti, univerzity).** Vertikálna spolupráca medzi krajom a mestom by mala prebiehať v oblasti tvorby strategických a koncepčných dokumentov cestovného ruchu, pri propagačných aktivitách Nitrianskeho kraja (napr. zástupcovia

miestnej úrovne na veľtrhoch cestovného ruchu v spoločnom stánku NSK) a pri poskytovaní dotácií na podporu rozvoja cestovného ruchu na území Nitrianskeho kraja z rozpočtu NSK. V minulosti sa Mesto Nitra a NOCR zúčastňovali spoločne s NSK na výstavách cestovného ruchu, spoluorganizovali podujatia, realizoval sa spoločne projekt SK PRES v rámci predsedníctva SR v Rade EÚ. Od roku 2018 sa spolupráca v cestovnom ruchu na vertikálnej úrovni minimalizovala na podporu formou dotácií zo strany NSK, realizáciu projektu Európska kultúrna cesta sv. Cyrila a Metoda a výmenu propagačných materiálov (propagačné materiály z TIC Nitra boli poskytnuté na výstavy cestovného ruchu (napr. ITF Slovakiatour v Bratislave, a propagačné materiály NSK boli poskytnuté pre návštevníkov TIC Nitra).

Problematická je opäť spolupráca pri zdieľaní dát o výkonoch cestovného ruchu, ktoré sú na krajskej úrovni navyše iba vo veľmi obmedzenom množstve a štruktúre.

Hlavným nedostatkom spolupráce medzi miestnou a regionálnou úrovňou manažmentu cestovného ruchu v Nitre (po vertikálnej osi) je neexistencia krajskej organizácie cestovného ruchu. **NSK ako jediný zo samosprávnych krajov nemá založenú krajskú organizáciu cestovného ruchu,** ktorá by riešila destinačný manažment a marketing Nitrianskeho kraja ako celku spolu s mestom Nitra ako jeho prirodzeným turistickým centrom. Priamym dôsledkom uvedených nedostatkov v manažmente cestovného ruchu je prepád výkonov Nitrianskeho kraja v celoslovenskom porovnaní krajov na posledné miesto!

Spolupráca s významnými zahraničnými investormi v meste

Spoločnosť **Jaguar Land Rover** na jeseň roku 2018 otvorila svoj najmodernejší výrobný závod. Príchodom Landroveru a vybudovaním Strategického parku Nitra prišli na trh aj iné zahraničné firmy a subdodávatelia. V rámci dopravnej dostupnosti je nedoriešená verejná hromadná doprava až k samotnému závodu, ale aj nedostavaná cestná infraštruktúra v blízkosti Strategického parku Nitra. Investíciou Jaguar Land Rover bolo vytvorených vyše 2200 priamych pracovných miest (viac ako 30% zo zamestnancov tvoria ženy) a niekoľko tisíc nepriamych pracovných miest. Ponuka na trhu práce je v posledných rokoch predovšetkým pre menej kvalifikované pracovné sily, čo spôsobuje odliv kvalifikovaných a univerzitne vzdelaných pracovníkov do iných miest a do zahraničia a tým sa mení ekonomická štruktúra mesta. V závode sú zamestnaní aj cudzinci. Aj vzhľadom na vzniknutú situáciu bolo v Nitre v októbri 2019 vytvorené miesto prvého kontaktu, jedna zo služieb projektu **Vytvorenie Komunitného centra pre pracovnú a vedomostnú mobilitu v Nitre (COMIN)** pre klientov z radov zamestnancov - štátnych príslušníkov tretích krajín a krajín Európskej únie s vydaným pracovným povolením pre prácu na Slovensku a pre obyvateľov Nitry. Úlohou centra je podpora sociálnej inklúzie cudzincov žijúcich (pracujúcich, študujúcich) v Nitre.

A 2.3 Prekrytia kompetencií a činností a „biele“ miesta spolupráce

Marketing a propagácia

Destinácia Nitra nemá jednotnú marketingovú stratégiu, s verejnosťou komunikuje prostredníctvom Mesta Nitry, TIC Nitra a NOCR. Mesto Nitra využíva na komunikáciu predovšetkým voči domácim obyvateľom viaceré formy komunikácie: web stránku www.nitra.sk, Facebook, Instagram, newsletter, mailchimp, sms informačný systém, tlačové správy, Radničné noviny, tlačené informačné a propagačné letáky, plagáty, postery ap. TIC Nitra a NOCR sa v propagácii a marketingu zameriavajú predovšetkým na návštevníkov mesta. Podujatia, aktivity, ponuka a produkty sú propagované cez všetky dostupné komunikačné kanály (webstránka, facebook, instagram, veľtrhy a výstavy cestovného ruchu, infocesty, médiá, inzercia v časopisoch, prenájom reklamných priestorov v autobusoch a pod.).

Podľa štatistík z Google Analytics bolo v roku 2018 spolu 413 931 zobrazení a v roku 2019 spolu 492 377 zobrazení **web stránky www.nitra.eu (TIC Nitra)**. Na web stránku TIC Nitra prišlo v roku 2018 – 86 034 návštevníkov (z toho 83,1% nových a 16,9% vracajúcich sa užívateľov), v roku 2019 ich počet vzrástol na 139 859 (z toho 27,7% noví užívatelia a 72,3% vracajúci sa užívatelia). V roku 2019 tvorili takmer 3/4 zo všetkých užívateľov vracajúci sa užívatelia. Návštevníci zostávajú na webe v priemere 2 minúty a navštívia v priemere 2-3 podstránky. Facebookový profil TIC Nitra má približne 3 842 sledovateľov, instagramový profil má približne 343 sledovateľov, vytvorený bol v roku 2017. Mobilnú aplikáciu O Nitre využíva viac ako 1000 návštevníkov a k dispozícii je aj bezplatná služba Mailchimp.

9490



followerov majú spolu facebook profily TIC a NOCR

NOCR v rámci marketingu využíva **webovú stránku www.visitnitra.eu**, reklamný priestor v mestskej a medzimestskej doprave, Facebook, instagramový účet, reklamu na YouTube, video upútavky. Podľa štatistík Google Analytics bolo v roku 2018 celkovo 40 486 zobrazení a v roku 2019 to bolo 155 237 zobrazení webstránky [visitnitra.eu](http://www.visitnitra.eu). V roku 2018 prišlo na stránku 21 081 návštevníkov (z toho 87,1 % nových a 12,9 % vracajúcich sa užívateľov) a v roku 2019 prišlo na stránku 28 339 užívateľov (z toho 86,2 % nových a 13,8 % vracajúcich sa). Zotrvanie užívateľov na stránke v roku 2018 bolo v priemere 1:02 minúty, v roku 2019 bolo zotrvanie užívateľov na stránke v priemere 1:20

minúty. Facebookový profil oblastnej organizácie má 5 648 sledovateľov, prostredníctvom Facebooku boli podporené posty, PPC reklama a Google AdWords. NOCR v spolupráci s Mestom Nitra zorganizovala infocesty pre novinárov, v roku 2018 to boli 3 infocesty pre zástupcov médií z Maďarska, Slovenska a zástupcov TV Nova a v roku 2019 pre poľské médiá. Medzi nedostatky v oblasti marketingu cestovného ruchu Mesta Nitry a NOCR patrí nedostatočné sledovanie efektívnosti vynaložených prostriedkov na online marketing.

Pre intenzívnejšiu propagáciu Nitry smerom von treba infocesty novinárov doplniť o novinárov z Rakúska a Nemecka, a ďalej z konkrétnych krajín a miest, odkiaľ prišli do mesta veľké investície v priemyselnom parku (Taliano, Španielsko - Gestamp, Island – firma Marell, Francúzsko, Japonsko, UK a iné).

Z hľadiska odbytu na úrovni mestskej destinácie neexistuje integrovaný online systém priamej rezervácie pobytu, či spoločný rezerváčny systém pre turistické atraktivity v meste (vstupenky do múzeí, galérie, divadla atď.). Uvedené aktivity boli súčasťou plánu prioritných aktivít Ministerstva dopravy a výstavby SR pre oblastné organizácie cestovného ruchu na rok 2020, ktoré majú byť financované zo štátnej dotácie v zmysle zákona č. 91/2010. Členstvo Mesta Nitry v NOCR vytvára priestor na realizáciu uvedených odbytových kanálov.

Duplicity (prekrytia)

- Odboru TIC Nitra a NOCR** - marketing a prezentácia mesta v oblasti cestovného ruchu, masmediálna politika (dve webové stránky o cestovnom ruchu v Nitre, dva facebookové profily), tvorba stratégie cestovného ruchu v meste Nitra, organizácia podujatí cestovného ruchu s celoštátnym významom, príprava okruhov a programových balíkov cestovného ruchu (pre B2B a B2C). Vzájomnou komunikáciou obidvoch subjektov sa niektoré prekrytia podarilo v praxi eliminovať, ale pre zefektívnenie činnosti obidvoch subjektov do budúcnosti je vhodné tieto prekrytia odstrániť a jasne určiť, ktorá organizácia čo bude oprávnená a povinná vykonávať,
- Odboru TIC Nitra a ostatných aktérov cestovného ruchu v meste** - neefektívny zber dát a spracovanie štatistických údajov o cestovnom ruchu v Nitre, keď jednotlivé subjekty manažmentu cestovného ruchu v Nitre si vedú vlastnú štatistiku výkonov v cestovnom ruchu – bez jednotnej metodiky, bez zdieľania údajov, bez existencie centrálného informačného systému na úrovni mesta.

„Biele“ miesta (nepokryté úlohy, aktivity), ktoré v manažmente cestovného ruchu v Nitre nikto nerieši:

- zavedenie komplexného online rezervačného systému pobytov na úrovni mesta s prepojením na destináciu Nitra a okolie,
- zavedenie jednotného, online centrálného informačného systému cestovného ruchu v meste Nitra (vo forme programu/softvéru, ktorý bude napojený na aktérov cestovného ruchu

v meste) so správou zo strany TIC Nitra (počty návštevníkov, počty prenocovaní, tržby, marketingové aktivity a reakcie naň – nástroj marketingového manažmentu destinácie porovnateľný s informačným systémom v hoteli),

- výchova miestneho obyvateľstva k cestovnému ruchu v destinácii Nitra – vrátane zahraničných migrantov, ktorí v meste žijú a pracujú,
- na úrovni mesta neexistuje funkcia „projektový manažér“ pre cestovný ruch, ktorý by sa venoval agende podávania projektov cestovného ruchu na základe výziev EÚ (napr. program EDEN, Destinácie inteligentného cestovného ruchu Fostering smart tourism solutions in EU destinations through the Capital of Smart Tourism a pod.) a iných zahraničných finančných mechanizmov (Vyšehradský fond, Program švajčiarsko-slovenskej spolupráce, nórske, islandské, lichtenštajnské fondy a pod.),
- sledovanie efektívnosti vynaložených prostriedkov na marketing.

Na základe funkcií, ktoré plnia manažérske organizácie cestovného ruchu v zahraničí, odporúčame presunúť väčšiu kompetenciu a zodpovednosť za cestovný ruch mesta Nitry na NOCR, ale iba za podmienky navýšenia personálnej kapacity organizácie (vrátane finančného pokrytia nákladov na personálnu kapacitu). Je žiadúce, aby v rámci NOCR existoval samostatný produktový manažér pre mesto Nitra, ktorý by sa venoval sieťovaniu turistických služieb v meste Nitra do komplexných balíkov služieb, ďalej ich propagácii a distribúci konečným zákazníkom aj firemnej klientele. Pre oblasť projektov v cestovnom ruchu (financovaných EÚ a inými zahraničnými mechanizmami) by bolo vhodné vytvoriť funkciu projektového manažéra špecializujúceho sa na oblasť cestovného ruchu v štruktúre odboru TIC Nitra.

Pozn.: autorkou podkapitoly 2.3 je Zuzana Palenčíková, odborný konzultant analytickej časti stratégie

A3. Východiskové dokumenty pre potreby stratégie v oblasti cestovného ruchu



Na nadnárodnej úrovni je cieľom politiky EÚ udržať pozíciu Európy ako vedúcej destinácie a zároveň maximalizovať hospodársky rast, zamestnanosť a podporovať spoluprácu medzi krajinami EÚ. Priority politiky EÚ pre cestovný ruch sa zameriavajú na zvýšenie konkurencieschopnosti odvetvia cestovného ruchu EÚ: rámcové podmienky, inteligentný cestovný ruch, udržateľný a zodpovedný cestovný ruch, pracovná sila a internacionalizácia - globálna konkurencia.

Hlavné výzvy EÚ pre oblasť cestovného ruchu sú:

- bezpečnosť a udržateľnosť
- hospodárska konkurencieschopnosť
- technologický vývoj IT
- trhy a konkurencia

Európska komisia pracuje na mnohých iniciatívach na diverzifikáciu a skvalitňovanie ponuky produktov a služieb cestovného ruchu ako udržateľný cestovný ruch, cestovný ruch dostupný pre všetkých, kultúrny a mimosezónny cestovný ruch.

Oficiálne dokumenty na nadnárodnej úrovni:

- Európa 2020 – Stratégia na zabezpečenie inteligentného, udržateľného a inkluzívneho rastu – KOM (2010) 2020
- „Európa ako popredná svetová destinácia cestovného ruchu - nový politický rámec pre cestovný ruch v Európe“
- Návrh uznesenia Európskeho parlamentu o nových výzvach a stratégiách na podporu cestovného ruchu v Európe
- Celková stratégia oživenia na rok 2020 a ďalšie obdobie “Oznámenie komisie Európskeho parlamentu, Rade, Európskemu hospodárskemu a sociálnemu výboru a Výboru regiónov - Cestovný ruch a doprava v roku 2020 a v ďalšom období“

- Závery Rady o konkurencieschopnosti odvetvia cestovného ruchu ako hnacej sily udržateľného rastu pracovných miest a sociálnej súdržnosti v EÚ v nasledujúcom desaťročí.

Európska komisia spoločne plánuje pripraviť Plán na vybudovanie udržateľného, inovatívneho a odolného európskeho ekosystému cestovného ruchu do roku 2050 („Európsky program pre cestovný ruch 2050“).

V rámci opatrení k pandémie COVID-19 Európska komisia prijala v máji 2020 komplexný balík usmernení a odporúčaní, ktoré majú členským štátom pomôcť postupne zrušiť cestovné obmedzenia a umožniť podnikateľom v cestovnom ruchu, aby po mesiacoch znova otvorili svoje prevádzky v súlade s potrebnými opatreniami na ochranu zdravia.

Balík Európskej komisie týkajúci sa cestovného ruchu a dopravy zahŕňa:

- Celkovú stratégiu oživenia na rok 2020 a ďalšie obdobie
- Spoločný prístup k obnove voľného pohybu a postupnému a koordinovanému rušeniu obmedzení na vnútorných hraniciach EÚ
- Rámec na podporu postupného obnovenia dopravy, ktorým sa zabezpečí bezpečnosť cestujúcich aj personálu
- Odporúčanie, ktoré má za cieľ zatriktívniť pre spotrebiteľov cestovné poukazy ako alternatívu k vráteniu hotovosti
- Kritériá bezpečného a postupného obnovenia činnosti cestovného ruchu a zdravotných protokolov pre ubytovacie a stravovacie zariadenia.

Svetová organizácia cestovného ruchu (UNWTO) predpokladá, že prílev medzinárodných návštevníkov sa zníži o 60 – 80 %, čo pre odvetvie cestovného ruchu predstavuje globálnu stratu v rozmedzí 840 až 1 100 miliárd EUR. V Európe je leto pre cestovný ruch kľúčové: v priemernej letnej sezóne (od júna do augusta) podniknú obyvatelia EÚ 385 miliónov turistických výletov a minú 190 miliárd EUR. (zdroj: <https://ec.europa.eu/slovakia/>).

Súčasná kríza predstavuje príležitosť vybudovať odolnejšie odvetvie cestovného ruchu v EÚ a zrýchliť jeho ekologickú a digitálnu transformáciu. Zároveň je potrebné zachovať postavenie Európy ako jednej z najvyhľadávanejších destinácií a maximalizovať prínos tohto odvetvia pre rast a zamestnanosť. Udržateľné oživenie potrebuje cenovo dostupnú a udržateľnejšiu dopravu a lepšie prepojenie, inteligentné riadenie tokov cestovného ruchu, diverzifikáciu ponuky v oblasti cestovného ruchu, rozvoj zručností v oblasti udržateľnosti pre odborníkov v oblasti cestovného ruchu a väčšie úsilie na zvýšenie informovanosti o rôznych typoch krajín a kultúrnej rozmanitosti v celej Európe.

Význam ekosystému cestovného ruchu v Európe:

- cestovný ruch je štvrtou najväčšou vývoznou kategóriou EÚ
- 10 % podiel na HDP EÚ
- 2,4 milióna podnikov
- globálny líder s podielom 40 % medzinárodných návštevníkov
- 85 % Európanov trávi letnú dovolenku v EÚ (tzv. vnútorný cestovný ruch EÚ)
- 0,56 eura pridanej hodnoty na každé 1 euro vygenerované cestovným ruchom.

Vplyv pandémie COVID-19 na cestovný ruch v EÚ:

- podľa odhadov zaniklo 6 mil. pracovných miest
- výrazná odhadovaná strata príjmov: (85 % v prípade hotelov, reštaurácií, cestovných kancelárií diaľkových vlakových spojení, 90 % v prípade výletných lodí a leteckých spoločností)
- o 60 % až 90 % menej rezervácií v porovnaní s podobnými obdobiami v predchádzajúcich rokoch. (zdroj: <https://ec.europa.eu/>).

Vplyv pandémie COVID-19 na cestovný ruch na Slovensku:

Do konca leta 2020 pod vplyvom pandémie podľa riaditeľa sekcie cestovného ruchu Radúza Dulu, zaniklo na Slovensku 20 000 pracovných miest v odvetví cestovného ruchu (najmä ako dôsledok poklesu dopytu o tradičné služby cestovného ruchu v oblasti ubytovania a organizovania kongresových podujatí). Kým napr. 75 % slovenských hotelov zaznamenalo počas leta 75 %-ný pokles návštevníkov, v prípade rezervácií netradičných kempov aplikácia „Bez Kempu“ zaznamenala rast o 1 500 % (Trend, september 2020). Podľa prieskumu HomeCredit bolo tento rok na dovolenke iba 38 % Slovákov oproti 60 % dovolenkujúcich Slovákov v roku 2019. Kým v roku 2019 až 2/3 vycestovali za dovolenkou do zahraničia, v roku 2020 to bolo menej ako 3 osoby z desiatich. Pokles záujmu o dovolenky v zahraničí spôsobil, že tržby cestovných kancelárií poklesli zhruba o 90 % oproti minulému roku 2019. Výrazne negatívny bol aj dopad na „chuť míňať“, keď 90 % dovolenkárov minulo na dovolenku menej ako 1 200 €. (zdroj: *týždenník Trend*, č. 37, roč. 2020).

Vyhliadky do budúcnosti:

Podľa týždenníka *Trend* cestovný ruch vo svete a na Slovensku čaká „temná budúcnosť“ a niekoľko rokov boja o prežitie. Podľa UNWTO obmedzenia v spoločenskom živote v súvislosti s Covidom-19 budú dlhodobé a ani príchod novej vakcíny nebude mať významný efekt, keďže neexistuje výrazný záujem verejnosti očkovať sa. Výdavky na cestovný ruch sa nevrátia na úroveň roku 2019 skôr ako v roku 2024. Negatívny vplyv sa prejaví aj na zamestnanosti v cestovnom ruchu. Podľa UNWTO je celosvetovo ohrozených až 100 miliónov pracovných miest v cestovnom ruchu.

Na národnej úrovni spadá oblasť cestovného ruchu pod Ministerstvo dopravy a výstavby SR, kde je zriadená sekcia cestovný ruch. Medzi dokumenty, ktoré na národnej úrovni priamo, ale aj nepriamo ovplyvňujú oblasť cestovného ruchu patria:

- programové vyhlásenie vlády
- Koncepcia územného rozvoja Slovenska
- Stratégia rozvoja cestovného ruchu
- Aktualizácia marketingovej stratégie na roky 2019-2020
- Národná stratégia rozvoja cyklistickej dopravy a cykloturistiky v SR.

Uvedené dokumenty sú rozpracované v analytickej časti Koncepcie rozvoja cestovného ruchu v destinácii Nitra z roku 2016.

Pripravuje sa Stratégia rozvoja udržateľného cestovného ruchu do roku 2030 a Marketingová stratégia cestovného ruchu v SR na roky 2021 - 2025. Legislatívne je táto oblasť upravená v Zákone o podpore cestovného ruchu č. 91/2010 v znení dodatkov,

posledná novelizácia nadobudla účinnosť 25.4.2020. Do konca roku 2016 zastrešovala marketing a propagáciu CR na národnej úrovni Slovenská agentúra pre cestovný ruch (SACR), ktorá mala regionálne pracovisko v Nitre. Vláda SR chce podľa nového programového vyhlásenia vlády obnoviť funkciu SACR. V októbri 2018 bola schválená novela Zákona o dani z pridanej hodnoty, kde s platnosťou od 1. 1. 2019 je nová sadzba na ubytovacie služby 10 % a bol schválený Zákon č. 151/2019 o poskytovaní dotácií na podporu rozvoja cyklistickej dopravy a cykloturistiky.

A4. Analýza trendov v cestovnom ruchu do roku 2031 (po pandémii COVID-19)

Analýza trendov v cestovnom ruchu aj vplyvom pandémie COVID-19:

- presun spotrebiteľov do online prostredia – rezervácie, platby, koniec éry hotovostných platieb – nastáva radikálna zmena spotrebiteľského správania
- spotrebiteľské správanie ovplyvňuje rad faktorov: osobné ekonomické blaho a disponibilný príjem, zmeny nákladov, vnímané zdravotné riziká, zmena objemu spotreby v dôsledku pandemických obmedzení
- odstup ľudí, koniec „masového“ cestovného ruchu, pokles cestovania, rast nezamestnanosti, pokles spotreby
- presun záujmu turistov zo zahraničia smerom k domovine, negatívny dopad na cezhraničné výdavky (vrátane cestovného ruchu), úloha domáceho cestovného ruchu pri obnove a dlhodobejšej transformácii na odolnejšiu destináciu
- presun k cykloturistike a outdoor aktivitám (turistika, lesoturistika, vodná turistika, agroturistika)
- nárast významu vidieka ako turisticky atraktívneho priestoru
- rast záujmu o eko, bio, enviro, ecofriendly produkty
- **megatrend – udržateľný cestovný ruch** (nie kvantita, ale kvalita).



A5. Analýza ponuky cestovného ruchu v meste Nitra

Z návrhu Stratégie rozvoja udržateľného cestovného ruchu do roku 2030 vyplyvajú nasledovné hlavné produktové skupiny:

- Letný cestovný ruch
- Zimný cestovný ruch
- Kúpeľný a zdravotný cestovný ruch
- Mestský cestovný ruch
- Kultúrny cestovný ruch
- Športový cestovný ruch
- MICE (kongresový cestovný ruch)
- Vidiecky cestovný ruch a agroturistika
- Horský cestovný ruch
- Geoturizmus
- Ekologický cestovný ruch



Potenciál mesta Nitry v rámci hlavných produktových skupín z Návrhu stratégie má predpoklady pre budovanie mestského, kultúrneho, športového, ekologického a MICE cestovného ruchu.

Tabuľka: Potenciál mesta v rámci hlavných produktových skupín

Druhy cestovného ruchu	Charakteristika	Potenciál rozvoja v meste Nitra
Letný cestovný ruch	pobyť pri vode (termálne kúpaliská, akvaparky, vodné plochy), oddych, turistika v horských strediskách, ale aj relax, súčasne rastie snaha o získavanie nových poznatkov, poznávanie nových krajov i oblastí	Áno – kúpalisko, turistika v pohorí Tríbeč (Zobor)
Zimný cestovný ruch	lyžiarske strediská s lyžiarskymi zariadeniami (v dôsledku klimatických zmien v minimálnej nadmorskej výške údolnej stanice 700-800 m.n. m.)	Nie
Kúpeľný a zdravotný cestovný ruch	Prírodné liečebné kúpele s rozšírenou ponukou wellness služieb, víkendových pobytov na skrášľovanie, odbúravanie stresu a pod., a to pod lekárskeho dozoru; akvaparky a termálne kúpaliská, wellness hotely	iba v okolí mesta (Thermal Park NITRAVA)
Kultúrny a mestský cestovný ruch	Poznávanie architektúry, histórie, pútnických miest; zábava, nakupovanie (tzv. city breaks), organizované kultúrno-spoločenské podujatia (rôzne festivaly – moderné, folklórne, jarmoky, slávnosti, vianočné trhy), púte a náboženské podujatia, zážitková gastronómia (regionálne špeciality, gastronomické podujatia, vinárstvo a víne cesty)	Áno
Kongresový cestovný ruch	Ponuka služieb spojená priamo s organizovaním kongresov, konferencií, veľtrhov, výstav a podujatí obdobného charakteru, ale aj služby doplnkového charakteru. Potrebné sú vhodné materiálo-technické predpoklady (kongresové hotely, paláce, centrá).	čistočne (zastarané areály výstavniska Agrokomplex (AX), kongresového centra Agroinštitút), chýbajúca moderná kongresová infraštruktúra
Vidiecky cestovný ruch a agroturistika	Pobyty vo vidieckej krajine, v jednoduchších typoch UZ (ubytovanie v súkromí, penziónoch ap.) s možnosťou poznávania života na vidieku. Súčasťou vidieckeho cestovného ruchu je agroturistika spojená s pobytom na sedliackom dvore a vykonávaním hospodárskych aktivít	Áno, v okrajových častiach mesta (Dražovce, Janíkovce, Krškany), v blízkom okolí (podzoborské obce, Mojmírovce (mikroregión Cedron).

Autor: Zuzana Palenčíková

Mesto Nitra disponuje bohatou primárnou ponukou cestovného ruchu, ktorá je motívom návštevy mesta. Na primárnu ponuku nadväzuje sekundárna ponuka.

- výstavný areál Agrokomplex
- mesto študentov
- centrum poľnohospodárstva.

A 5.1 Primárna ponuka

Oblasti primárnej ponuky:

- Príroda a prírodný potenciál
- Pamiatky a kultúrne dedičstvo (kultúrno-historické pamiatky)
- Kultúra, kultúrne zariadenia
- Organizované podujatia s prepojením na cestovný ruch
- Šport a športové podujatia
- Zábava a voľný čas
- Výstavníctvo
- Jedinečnosti Nitry

V rámci cestovného ruchu bol v rokoch 2015 - 2016 zrealizovaný prieskum „Vnímanie Nitry návštevníkmi v cestovnom ruchu“ od autoriek L. Hrubalová a Z. Palenčíková. Prieskum bol súčasťou analytickej časti Konceptie rozvoja cestovného ruchu destinácie Nitra. Z prieskumu vyplynulo vymedzenie typického imidžu Nitry ako cieľového miesta cestovného ruchu, ide o tieto zložky:

- vrch Zobor
- história a kultúrne pamiatky mesta Nitry

V súčasnosti je možné spraviť odpočet ponuky v nadväznosti na prieskum a koncepciu z roku 2016. **Mesto Nitra disponuje bohatým a jedinečným (Natura 2000, nitrianske endemity) prírodným potenciálom**, predovšetkým flórou a faunou na Zoborských vrchoch, Zoborskou lesostepou, súčasťou je tiež Svoradova jaskyňa a jaskyňa na Kalvárii, Svoradov prameň, Kalvária, Borina, Pyramída, Dražovský vršok, rieka Nitra, Mestský park na Sihoti a časť areálu Agrokomplexu. Na svahoch Zobora sa nachádzajú zoborské vinice. Potenciál rieky a nábrevia je nedostatočne využitý s prepojením na kultúru, zábavu a cestovný ruch. Vzhľadom na vhodné prírodné podmienky je Nitra ideálnym miestom na pešiu turistiku a cykloturistiku. Vybudované boli viaceré úseky cyklotrás v meste Nitra:

- Cyklotrasa Klokočina - Borina – Hollého ul. - AS Nitra,
- Cyklotrasa Chrenová II. etapa, Tr. A. Hlinku – Dlhá ulica
- Cyklistický chodník Nitra – Vrable, I. a II. etapa
- Cyklotrasa Wilsonovo nábrevie – (Univerzitný most) – Mostná ul. – Jesenského ul. (Park Sihot).

Realizuje sa Cyklotrasa cez rieku Nitra (prepoj Wilsonovo nábrevie – Nábrevie mládeže pri SPU).

Pamiatky a kultúrne dedičstvo

Nitra disponuje bohatým fondom národných kultúrnych pamiatok evidovaných v ÚZPF SR. Ku koncu roku 2019 sa ich nachádzalo na území mesta 241, z toho 94 nehnuteľných a 147 hnutelných objektov a súborov. Horné mesto je pamiatkovou rezerváciou, v Dolnom meste sa nachádza pamiatková zóna a v časti Starého mesta, Zobora a Chrenovej je ochranné pásmo.

Mesto Nitra sa nachádza na Cyrilometodskej a Svätajakubskej ceste, od roku 2020 je TIC Nitra infobodom na Cyrilometodskej ceste. **V Nitre sa nachádza niekoľko desiatok archeologických lokalít**, ktoré dokladujú prvopočiatky vývinu osídlenia a života v Nitre a jej okolí).

Nitriansky hrad sa zaraďuje medzi najvýraznejšie dominanty Nitra. Je národnou kultúrnou pamiatkou a spolu s Horným mestom bol vyhlásený za mestskú pamiatkovú rezerváciu. Nitriansky hrad sa skladá zo štyroch samostatných častí (katedrály, biskupského paláca, hospodárskych budov a vonkajšieho opevnenia s jedinou vstupnou bránou). Areál hradu je spoplatnený, novinkou v posledných rokoch je sprístupnená katedrálka veža, pamätná izba kardinála Jána Chryzostoma Korca, hudobná expozícia a kaviareň Vazulka s terasou. Biskupský palác je sprístupnený verejnosti jedenkrát do roka, na sviatok sv. Cyrila a Metoda a je sídlom nitrianskeho biskupa.

Pamiatky, kultúrne dedičstvo a kultúrna infraštruktúra sú podrobnejšie rozpísané v analytickej časti Kultúra. V posledných rokoch sa spomedzi kultúrnych pamiatok stal novou turistickou lokalitou **Zoborský kláštor**. V rámci lokality boli zakonzervované ruiny kláštora, prebieha rekonštrukcia a zastrešenie eremitky (príbytok kamaldulského mnícha). Novinkou je tiež možnosť prezrieť si príbytok mnícha prostredníctvom rozšírenej reality formou virtuálnej prehliadky. Vybudovaný bol náučný chodník k Zoborskému kláštoru, oddychová zóna v areáli kláštora, v roku 2020 sa plánuje vybudovať záhrada mnícha a čítareň v prírode.

141

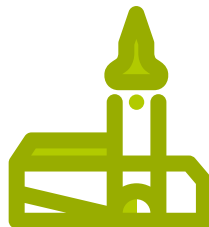
kultúrnych podujatí organizovaných a spoluorganizovaných Mestom Nitra v roku 2019

Kultúra a kultúrne inštitúcie

V meste Nitra sa nachádzajú viaceré kultúrne a osvetové inštitúcie (kultúrna infraštruktúra) s krajskou pôsobnosťou: Nitriansky hrad a Diecézne múzeum, Nitrianska galéria, Ponitrianske múzeum v Nitre, Misijné múzeum, Slovenské poľnohospodárske múzeum v Nitre, Divadlo Andreja Bagara v Nitre, Staré divadlo Karola Spišáka v Nitre, Synagóga (Mesto Nitra), Nové divadlo, Diecézna knižnica, Krajská knižnica Karola Kmeťka v Nitre, Krajské osvetové stredisko v Nitre a kultúrne

241

národných kultúrnych pamiatok na území mesta Nitra



domy v mestských častiach. V roku 2016 vzniklo Nové divadlo, ktoré sídli v Dome Matice slovenskej. Pribudlo Detské múzeum Severka, ktoré v súčasnosti pôsobí dočasne v priestoroch Ponitrianskeho múzea a hľadá vlastné priestory na fungovanie. Napriek tomu, že v Nitre sa nachádzajú viaceré múzeá a galérie, chýba tu zážitková expozícia 21. storočia, ktorá moderným a interaktívnym spôsobom približuje návštevníkom históriu, umenie ap.. V OC MAX Nitra pribudla ART Galéria Márie Šefferovej. V roku 2020 sa Múzeum medoviny presťahovalo z Nitra do Senca. **V roku 2019 bol počet organizovaných a spoluorganizovaných kultúrnych podujatí 141, z toho počet kultúrnych podujatí podporených formou dotácie bolo 47.** Kultúrne podujatia sú podrobne rozpísané v analytickej časti Kultúra. Pribudli podujatia s prepojením na cestovný ruch, kde bolo hlavným organizátorom Mesto Nitra: Putovanie do Nitavy, Nitrianske hody a dožinky a Kráľovská Nitra. V rámci podujatí organizovaných 3. sektorom v spolupráci s Mestom Nitra pribudli podujatia: Nitriansky rínek, Nitránsky Street Food Fest (Nitrafiesta, o.z.), Nitránsky Októberfest (Nitrafiesta, o.z.) a festival Campana Fest (CAMPANA BATUCADA). Organizovaná kultúra sa vo veľkej miere sústreďuje v centre mesta s cieľom oživiť námestie a vrátiť život do mesta. V roku 2019 bolo zrušené podujatie Piknik v tráve.

Šport

V roku 2018 bola Nitra Európskym hlavným mestom športu. V meste funguje viacero športových klubov, medzi strategické kluby v rámci kolektívnych športov patria: FC Nitra, HK Nitra, ZŠK UKF Nitra a VKP SPU v Nitre. (Návštevnosť jednotlivých zápasov: FC Nitra – 250, HK Nitra – 1909, ZŠK UKF – 300, VKP SPU – 400). V rámci individuálnych klubov sú to: ŠOG Atletika, TJ Stavbár, TJ AC, BOC Club Stavbár a ŠK Farmex. Počet všetkých klubov v Nitre je 35. **V roku 2019 bolo v Nitre 96 športových podujatí, z toho podporených formou dotácie bolo 69. Aeroklub Nitra/ Letisko Janíkovce** každoročne organizuje niekoľko medzinárodných a národných leteckých podujatí, nielen pre športovcov ale aj širokú verejnosť: Pribina Cup (19.-27.4.2019), Junior Camp (9.-13.8.2019) Oldtimer Pribina Star (3.-10.8.2019), Glider Star, Nitriansky trojuholník a Nitriansky trojboj (celoročná súťaž od 28.5.-15.10.2019). Letisko Nitra ponúka možnosť dohodnúť si vyhladkový let ponad Nitru motorovým lietadlom alebo jedinečnú možnosť zoskoku padákom, či už sólo zoskok alebo tandemjump

s inštruktorom. V meste sa nachádza Letné kúpalisko Nitra, ktoré je k dispozícii návštevníkom sezónne, v mesiacoch jún až august, avšak v Nitre chýba kúpalisko s celoročným využitím.

Zábava a voľný čas

Z predchádzajúceho prieskumu vyplynulo, že viacerí návštevníci chodia do Nitry za nákupmi a zábavou, predovšetkým z južného Slovenska a blízkeho okolia. Atraktivitou v oblasti zábavy je určite Gravity Laser aréna a PanIQ Room Nitra. Pre deti sú k dispozícii detské zóny (Time Out OC Mlyny, Hopland OC Galéria Nitra, detská zóna Mikrosvet v OC Mlyny). Ponuku obohatili Magicland, Stará vodáreň v parku a Virtuálna realita Nitra. V Nitre sa nachádzajú moderné multifunkčné kiná Mlyny Cinema a Cinemax Nitra a tiež Kinoklub Nitra, ktorý ponúka alternatívne filmové predstavenia od roku 1990. Veľkou atrakciou v meste je aj moderný turistický vláčik, prevádzkovateľom je od roku 2018 spoločnosť ARRIVA. Turistický vláčik má 2 vozne s kapacitou 40 miest na sedenie.

Výstavníctvo

V Nitre sa nachádza aj **Agrokomplex NÁRODNÉ VÝSTAVISKO, ktoré patrí medzi najvýznamnejšie veľtrhové a výstavnícke spoločnosti na Slovensku.** Rozloha výstavného areálu je 143 ha s celkovou kapacitou 90 906 m², s 15 pavilónmi, 1 kongresovou halou a 5 kongresovými miestnosťami. Medzi pravidelné medzinárodné podujatia s prepojením na cestovný ruch patria: Svadobné dni a beauté, Nábytok a bývanie, Gardenia, Medzinárodný strojársky veľtrh, 1. detský festival, Agrokomplex, Autosalón- autoshow Nitra a medzinárodné výstavy psov. V rámci noviniek bola v roku 2019 v areáli Agrokomplexu sprístupnená oddychová zóna „Relax park Agrokomplex“, bol zrekonštruovaný hlavný vstup do areálu, kde pribudli turnikety a bola zavedená digitálna evidencia vstupeniek.

V areáli Agrokomplexu sa nachádza aj **Slovenské poľnohospodárske múzeum**, ktoré je jedinečné svojho druhu na Slovensku s nedostatočne využitým potenciálom. Súčasťou múzea na ploche cca 8 900 m² je aj skanzen a Nitrianska poľná železnica.

Jedinečnosti Nitry

Z pohľadu cestovného ruchu mesto Nitra disponuje viacerými jedinečnosťami:

- Nitra na siedmich pahorkoch (spojenie prírodného, historického a kultúrneho potenciálu),
- Nitra ako jedno z najstarších miest na Slovensku
- Nitra ako jedno z najstarších kresťanských centier na Slovensku
- Zoborský kláštor – najstarší kláštor na území Slovenska
- Spojitosť s Cyrilom a Metodom
- Významné osobnosti z Nitry
- Univerzitné mesto
- Mesto výstavníctva
- Mesto ako sídlo diecézy
- Mesto kultúry a podujatí
- Mesto divadiel
- Jedinečné poľnohospodárske múzeum s parnou poľnou železnicou.

5.2 Sekundárna ponuka

5.2.1 Supraštruktúra v cestovnom ruchu

Na základe údajov zo Štatistického úradu SR sa v meste Nitra v roku 2019 nachádzalo 34 ubytovacích zariadení s počtom 1 991 lôžok. Tento počet ubytovacích zariadení je približne rovnaký v posledných rokoch s miernymi odchýlkami. Najvyššiu kapacitu lôžok sme zaznamenali v roku 2016 v počte 2624, od tohto roku má klesajúcu tendenciu. **V roku 2019 bolo v Nitre v prevádzke 12 hotelov v kategórii 4* hotely, 6 hotelov k kategórii 3* hotely, 3 hotely v kategórii 2* hotely, 7 penziónov v kategórii 3* penzióny, 2 penzióny v kategórii 2* penzióny, 4 penzióny v kategórii 1* penzión.** V Nitre sú tiež 4 turistické ubytovne 6 študentských domovov a viaceré ubytovania na súkromí.

1991

lôžok v 34 ubytovacích zariadeniach v roku 2019

Tabuľka: Štatistika ubytovacích zariadení v meste Nitra

Ukazovateľ	2016	2017	2018	2019
Počet ubytovacích zariadení	36	34	32	34
Počet lôžok	2624	2 348	2 026	1 991

Zdroj: Štatistický úrad SR

Viaceré prieskumy z minulých rokov nám potvrdili, že v Nitre sú návštevníci mnohokrát ubytovaní u rodiny a známych. Taktiež novým fenoménom v ubytovaní v posledných rokoch je airbnb, ktoré sa do žiadnych štatistík nepremieta. Ubytovací portál airbnb ponúkal do marca 2020 až 125 pobytov v Nitre a blízkom okolí. Podľa portálu www.ekempy.sk sa v Nitrianskom kraji nachádza 15 kempov a v Nitre a blízkom okolí 2 kempy (kemp a chatová osada v Poľnom Kesove a Autocamping Jelenec sú z dôvodu rekonštrukcie uzavreté).

V rámci Nitrianskeho kraja je 20 prevádzok členom Asociácie hotelov a reštaurácií, z Nitry je to 6 prevádzok (Hotel Agroinštitút, Hotel Capital, Penzión Lux, 2 prevádzky McDonald's, Hotel Zlatý Klúčik, Hotel Mikado).

Údaje o počte prenocovaní získané zo Štatistického úradu SR a z MsÚ v Nitre – odbor miestnych daní a poplatkov sa výrazne líšia, nakoľko v údajoch zo štatistického úradu nie sú premietnuté údaje o poskytovateľoch ubytovania s počtom do 10 lôžok. Z tohto dôvodu pre potreby analýzy vychádzame z údajov MsÚ Nitra, odbor

miestnych daní a poplatkov. Počet prenocovaní v meste Nitra podľa údajov z odboru miestnych daní a poplatkov v Nitre predstavoval mierny pokles od roku 2017.

Tabuľka: Štatistika počtu prenocovaní v meste Nitra

Počet prenocovaní v meste Nitra	
rok 2016	234 643
rok 2017	321 206
rok 2018	293 765
rok 2019	280 525

Zdroj: Mesto Nitra, odbor daní a poplatkov

Do roku 2019 bola sadzba dane za ubytovanie 0,70 € na osobu a prenocovanie, od januára 2020 sa zvýšila na 1,5 €. **Príjmy z dane za ubytovanie predstavovali** v roku 2018 sumu 205 960,- € a **v roku 2019** mierne klesli na **193 048,- €**. Tento údaj pre nás nemá dostatočnú výpovednú hodnotu, nakoľko veľký počet prenocovaní tvoria aj ubytovne (pracujúci v priemyselných parkoch) a jeden z týchto poskytovateľov ubytovania preklasifikoval v roku 2019 charakter poskytovaných služieb a tento údaj o prenocovaniach sa v štatistike v roku 2019 nepremietol. Z údajov Štatistického úradu SR vyplýva, že **tržby návštevníkov v ubytovacích zariadeniach v Nitre za rok 2019 predstavovali 6 025 117,- €**, priemerné tržby/lôžko 3 190,- € a priemerné tržby/ prenocovanie 34,- € (domáci návštevníci 24,- €, zahraniční návštevníci 45,- €). Zaujímavé z pohľadu cestovného ruchu je, že viaceré hotely zaznamenali nárast v počte prenocovaní oproti minulému roku: Hotel Agroinštitút, Hotel Oko, Hotel Centrum, Hotel Mikado, Hotel Zlatý Klúčik, Grand Hotel Sole ako aj penzión Lux a penzión Artin. Hotel Agroinštitút a Hotel Mikado sú členmi NOCR. Veľký podiel na prenocovaniach v hotelových zariadeniach má aj Výstavisko Agrokomplex svojou ponukou výstav a veľtrhov. Od roku 2017 bola nadviazaná spolupráca s ubytovacími zariadeniami v Nitre prostredníctvom TIC Nitra a jednotlivým zariadeniam boli poskytnuté 2x ročne trhacie mapy a foldre s propagačnými materiálmi o Nitre v slovenskom a anglickom jazyku.

Osobným prieskumom a na základe spolupráce s ubytovacími zariadeniami v meste Nitra bolo zistené, že do marca 2020 boli všetky ubytovacie zariadenia vyťažené cca na 50-70 %. K tomuto im výrazne dopomohla investícia Jaguar Land Rover a viacerí subdodávatelia a firmy v priemyselných parkoch. Aj to ovplyvnilo nezáujem súkromného sektora o spoluprácu v oblasti cestovného ruchu. Nitra, ako typická mestská destinácia nemá sezónnosť, vyťaženosť ubytovacích zariadení je vzhľadom na biznis klientelu a pracujúcich v priemyselných parkoch počas pracovných dní vysoká, víkendy bývajú slabšie. Slabšie počas roka sú mesiace december, január a február, na 80-90 % sú vyťažené počas výstav a veľtrhov v areáli Agrokomplexu, taktiež počas medzinárodných výstav psov.

V percentách tvorí Nitra 16,5 % podiel na celkovom počte prenocovaní v Nitrianskom kraji, priemerný počet prenocovaní

v kraji je 2,9. Počet ubytovacích zariadení v Nitrianskom kraji je 396, počet lôžok je 18 902. Nitriansky kraj má za rok 2019 priemerný počet prenocovaní domácich návštevníkov 2,8 a zahraničných 3,1. **Počet návštevníkov v ubytovacích zariadeniach Nitrianskeho kraja však dosiahol najnižšiu hodnotu spomedzi všetkých krajov Slovenska.** Nitriansky kraj tak tvorí 5,7 % podiel z celkového počtu návštevníkov na Slovensku. Z analýz štatistického úradu vyplýva, že zahraniční návštevníci ubytovaní v ubytovacích zariadeniach v Nitrianskom kraji v roku 2019 boli prevažne z Českej republiky, Maďarska, Nemecka a Poľska.

Súčasťou viacerých ubytovacích zariadení sú reštaurácie, ktoré slúžia nielen hotelovým hosťom, ale aj verejnosti. Na Slovensku sa neuplatňuje medzinárodný systém hodnotenia kvality reštaurácií. Podľa základného delenia poznáme zariadenia základného stravovania, zariadenia doplnkového stravovania a zariadenia spoločenských a zábavných služieb. V meste Nitra sa nachádza viacero stravovacích zariadení rôznych kategórií, ako sú reštaurácie, pizzerie, kaviarne, čajovne, cukrárne, puby, bary, bufety, vinárne, pivárne, viechy, nočné kluby, discokluby, biliardkluby, vinotéky a pivotéky. Z hľadiska typu kuchyne sa okrem slovenských v ponuke nachádza aj talianska, indická, japonská, ázijská, mexická a čínska reštaurácia. Na základe prieskumu v rámci TIC Nitra je **počet stálych miest na sedenie v stravovacích zariadeniach 6 500 a sezónnych miest formou terás 2 500**. Počet uvedených miest je približný, v niektorých stravovacích zariadeniach sme sa dostali len k orientačným počtom a taktiež sa v priebehu roka mení kapacita zariadení, prípadne niektoré ukončili svoju činnosť. Pre domácich obyvateľov je neslávne známou Mostná ulica, kde sa nachádza množstvo barov, pubov a nočných klubov, a kde prichádza množstvo mladých ľudí za zábavou. V meste Nitra sa nachádza cca 20 disco podnikov a klubov, z toho na Mostnej ulici sídli 9 podnikov.

5.2.2 Infraštruktúra v cestovnom ruchu

V Meste Nitra pôsobí viacero cestovných kancelárií a agentúr, ktorých činnosť sa zameriava na odchodový cestovný ruch. CK Nittravel mala v ponuke služieb aj príchodový cestovný ruch, ale jej pôsobnosť bola v júli 2017 ukončená. V roku 2018 sa turistické informačné centrum NISYS premenovalo na TIC Nitra pri príležitosti osláv svojho 25-ročného fungovania na Slovensku. **TIC Nitra je členom Asociácie informačných centier Slovenska /AICES/** so sídlom v Liptovskom Mikuláši. Poskytuje regionálne informácie z oblasti cestovného ruchu a slúži ako mestské informačné centrum. TIC Nitra poskytuje taktiež sprievodcovské služby prostredníctvom zmluvných sprievodcov v slovenskom, anglickom, maďarskom, ruskom, poľskom, nemeckom, talianskom, španielskom, chorvátskom, poľskom, portugalskom a francúzskom jazyku. V ponuke sú prehliadky mesta so sprievodcom (Uličkami Horného mesta, Zákutiami Dolného mesta, Stopy nitrianskych židov, Nitra, pradávané centrum kresťanstva, Zoborský kláštor a Zoborské vrchy, Kalvársnym vrškom, Večerná prehliadka Nitry, Rozprávanie o nitrianskych legendách, Nitrianska secesia, Prechádzka dejinami umenia).

Ponuka sa rozšírila o cykloprehliadky a prehliadky „like a local - či ako miestny“ v spolupráci s NOCR.

Mesto Nitra v spolupráci s NOCR v rokoch 2016 až 2019 rozšírilo infraštruktúru v cestovnom ruchu. Osadené boli informačné tabule - označníky lokalít na Svätoplukovom námestí, Na Vršku, Cyrilo-metodskom námestí, Pribinovom námestí, na Kalvárii, v Mestskom parku na Sihoti, pri OC Mlyny, Martinskom vrchu, autobusovej stanici a pri Chrenovskom moste. **V rámci smart turistických riešení** bola v roku 2018 pri príležitosti osláv 25 rokov TIC Nitra inovovaná mobilná aplikácia o Nitre a vyhotovené audionahrávky Horné a Dolné mesto v SJ a AJ. V roku 2019 bola z dotácie Mesta Nitry zrealizovaná **mobilná aplikácia Nitra na 7 pahorkoch a virtuálny sprievodca na Zoborskom kláštore. V roku 2019 sa začalo s prípravou mobilnej geolokačnej aplikácie „Cesty mladého Corgoňa“** k téme Nitra na siedmich pahorkoch, ktorá bola oficiálne spustená začiatkom júla 2020. Za 1 mesiac od spustenia hry sme zaznamenali 450 inštalácií, 290 aktívnych užívateľov a odovzdali 50 dekrétov. Mobilné aplikácie v jazykových mutáciách sú dostupné aj pre Nitriansky hrad a Synagógu. Od roku 2017 je novinkou v Nitre služba zdieľaných bicyklov tzv. bikesharing. Nitra bola jedným z prvých miest, ktoré spustili službu **bikesharing** na Slovensku v rámci projektu smart city, prevádzkovateľom je spoločnosť ARRIVA Nitra. **V roku 2019 bolo k dispozícii 70 bicyklov na siedmich stanovištiach a zrealizovaných 13088 výpožičiek.** V meste boli osadené aj smart lavičky. Od roku 2020 sú v Nitre k dispozícii okrem zdieľaných bicyklov aj zdieľané elektrické kolobežky Mint.

Mesto Nitra v roku 2018 rozšírilo dotačnú politiku mesta Nitry o oblasť podpora a rozvoj cestovného ruchu. Na rok 2019 bolo v rozpočte schválených 14048,- €, požadovaná suma bola 15548,- €. Podporené boli projekty ako mobilná aplikácia „Nitra na siedmich pahorkoch, Sprievodca Zoborským kláštorom, Zvyšovanie kvality služieb návštevníkom Múzea medoviny – zážitkové degustácie, Partnerské mestá Nitra - České Budějovice spoločne na OH Tokio 2020 a „Jánske vína na Bite“. Prijatých bolo 5 žiadostí a všetci žiadatelia boli podporení. Vo výzve na rok 2020 bolo doručených 9 žiadostí, z toho podporených bolo 5 projektov. Celková požadovaná suma bola vo výške 42310,- €, schválených v rozpočte bolo 15000,- €. Schválené projekty: Turistický sprievodca Nitrou od detí pre deti, Model kamaldulského kláštora, Chmeľová dolina, Nitránsky Street Food Fest a Rozšírenie historického programu Cyrilo-metodských slávností.

V meste Nitra sa uskutočňuje množstvo **odborných konferencií a seminárov** na univerzitách v Nitre a ďalšie konferencie a semináre v ubytovacích a iných zariadeniach. Kongresové priestory so štandardným vybavením ponúkajú v meste SPU v Nitre (kapacita 360 miest), Agroinštitút Nitra (kapacita 220 miest), Hotel Zlatý Klúčik (kapacita 210 miest), Hotel Mikado (kapacita 120 miest so stolmi a 170 miest

v usporiadaní kinosedenie), AUTOJAS (kapacita 100 miest), Hotel Zobor (kapacita 100 miest), Mediahaus (100 miest v usporiadaní kinosedenie). V rámci nitrianskych univerzít sa organizujú medzinárodné a národné konferencie a semináre, ich počet v roku 2019 vzrástol. (SPU v Nitre: v roku 2018 to bolo 100, v roku 2019 počet predstavoval 130 konferencií a seminárov, UKF v Nitre: v roku 2018 bol počet 80, v roku 2019 - 90 odborných konferencií a seminárov).

Novodobým fenoménom v cestovnom ruchu je udržateľný cestovný ruch. Ide o zodpovedné cestovanie do cieľových miest s ohľadom na životné prostredie, ekológiu, udržateľnosť a život domácich obyvateľov. UNWTO definuje udržateľný CR nasledovne: Cestovný ruch, ktorý v plnej miere zohľadňuje jeho súčasné a budúce hospodárske, sociálne a environmentálne vplyvy a reaguje na potreby návštevníkov, priemyslu, životného prostredia a miestnych obyvateľov v destinácii. Využitie prírodného potenciálu Nitry a okolia, zapojenie domácich obyvateľov a miestnych nadšencov prírody a kultúry „like a local – či ako miestny“, podpora lokálnej kuchyne, tradičných jedál a regionálnych výrobkov je príležitosťou na budovanie udržateľného cestovného ruchu v Nitre a Nitrianskom regióne.

5.2.3 Všeobecná infraštruktúra

Dopravná dostupnosť do Nitry

Letisko Bratislava (90 km), autom 1h
Letisko Viedeň (140 km), autom 2h
Letisko Budapešť (160 km), autom 2,5h
Letisko Brno (220 km), autom 2,2h
Letisko Praha (430 km), autom 4h



Autobusová a železničná doprava

Rýchlostná cesta R1 spolu s južným obchvatom Nitry spojila Nitru s mestami ako Viedeň, Bratislava, Trnava, Zvolen či Banská Bystrica a uľahčila tak dopravnú dostupnosť do Nitry z týchto smerov. Nitra je dostupná v rámci autobusovej regionálnej a národnej prepravy zo všetkých väčších miest na Slovensku, taktiež v rámci medzinárodnej prepravy je dostupná priamym autobusovým spojením z Viedne a Prahy. Autobusová stanica prešla v rokoch 2016 až 2019 modernizáciou v štyroch etapách, ktorú realizovala spoločnosť ARRIVA. Na stanici bol umiestnený outdoorový a interiérový dotykový informačný panel. Priame vlakové spojenia sú z Nitry do Nových Zámok a Leopoldova, do Bratislavy a väčších miest je možné vlakové spojenie len s prestupom. Medzinárodná vlaková preprava spája Nitru s Budapešťou s prestupnou stanicou. Od roku 2016 bolo spustené medzinárodné vlakové spojenie z Nitry do Prahy, táto linka bola však koncom roku 2019 dočasne pozastavená. Železničná stanica v Nitre zatiaľ neprešla modernizáciou, pôsobí zanedbaným dojmom. V roku 2016 bolo podpísané Memorandum o spolupráci pri obnove železničnej stanice medzi ŽSR a Mestom Nitra, ale v súčasnosti nie je k dispozícii žiadny konkrétny návrh obnovy ani štúdia. Na autobusovej aj železničnej stanici chýbajú vstupné infobody, na železničnej

stanici nie sú dostupné žiadne informácie pre turistov. V rámci mestskej autobusovej dopravy, ktorú zabezpečuje spoločnosť ARRIVA Nitra, funguje 27 autobusových liniek a cyklobus. Linky MHD vedú celým zastavaným územím mesta, pričom zastávky autobusov MHD sú lokalizované aj v dosahu hlavných atrakcií

mesta. Interval spojov na jednotlivých linkách je v pracovných dňoch v priemere každých 30 min, v dňoch pracovného pokoja (so-ne, sviatky, letné prázdniny) každú celú hodinu.

V nasledujúcej tabuľke uvádzame spoje, ktoré vedú od autobusovej, resp. železničnej stanice k týmto atrakciám.

Tabuľka: Linky MHD spájajúce AS/ŽS s hlavnými atrakciami mesta

Linka	Trasa	Atraktivity na trase
1	ŽS – rázc.AS – Centrum – pod Zoborom – Nemocnica Zobor	Pešia zóna, Martinský vrch, Zoborský kláštor, Zobor
2;4	ŽS/AS – Centrum – OC Centro – Amfiteáter pod Zoborom - Dražovce	Pešia zóna, univerzity, Martinský vrch, Dražovský románsky kostolík
7	Kalvária -Rázcestie ŽS/AS – Centrum – DAB - Klokočina	Nitriansky hrad, DAB, Nitrianska galéria, Ponitrianske múzeum, pešia zóna
10	Klokočina – rázcestie ŽS/AS – centrum – pod Zoborom - Lanovka	Pešia zóna, obchodné centrá MLYNY a TESCO, bývalá dolná stanica lanovky na Pyramídu (vrch Zobor)
14; 15; 19	Rázcestie ŽS/AS – centrum – univerzity – výstavisko AX - Chrenová	Pešia zóna, obchodné centrá MLYNY, CENTRO, univerzity, výstavisko AX – (SPM - iba linka 19)
25	Kalvária – ŽS/AS - Centrum – univerzity - výstavisko AX – pod Zoborom - LÚ Zobor	Kalvária, centrum mesta – obchodné centrum MLYNY, CENTRO, univerzity, výstavisko AX, Martinský vrch, Zobor – Zob. kláštor, lesostep, Lupka...
30	Klokočina – DAB – výstavisko AX - Chrenová	Nitriansky hrad, DAB, Nitrianska galéria, Ponitrianske múzeum, pešia zóna, výstavisko AX

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa www.imhd.sk, 2017, aktualizované v roku 2020

Ekologická doprava

V rámci autobusovej dopravy spoločnosti ARRIVA v Nitre jazdí 5 autobusov na plyn a podľa európskej environmentálnej normy Euro 6 jazdia 3 autobusy v mestskej a 30 autobusov v prímestskej autobusovej doprave, ktoré sú výrazne ekologicky „čistejšie“. Účelom je obmedziť emisie tuhých častíc a oxidu dusíka produkovaných cestnými vozidlami.

V meste Nitra sa nachádzajú viaceré nabíjacie stanice pre elektromobily, ktoré sú rozmiestnené v jednotlivých častiach mesta: RWE nabíjacia stanica na verejnom parkovisku na Wilsonovom nábreží, greenway nabíjacia stanica pri OC MAX, ZSE DRIVE pri poliklinike na Klokočine, pri poliklinike na Chrenovej a v priemyselnom parku na parkovisku Jaguar.

Tabuľka: Počty spojov/ obslužnosť regiónu

Spojenia	Priame autobusové spojenia (max. 1 prestup)		Priame vlakové spojenia (max. 1 prestup)	
	Priemerný denný počet spojov/ pracovný deň	Priemerný denný počet spojov/ víkend	Priemerný denný počet spojov/ pracovný deň	Priemerný denný počet spojov/ víkend
Nitra - Bratislava	29	18	0; 17 s prestupom	0; 14 s prestupom
Bratislava - Nitra	28	18	0; 17 s prestupom	0; 14 s prestupom
Nitra - Viedeň	0; 14 s prestupom	1; 12 s prestupom	0; 16 - 2x prestup	0; 16 - 2x prestup
Viedeň - Nitra	1; 14 s prestupom	1; 12 s prestupom	0; 16 - 2x prestup	0; 16 - 2x prestup
Nitra - Praha	1; 6 s prestupom	1; 6 s prestupom	0; 8 s prestupom	0; 8 s prestupom
Praha - Nitra	1; 4 s prestupom	1; 4-5 s prestupom	0; 7 s prestupom	0; 7 s prestupom
Nitra - Budapešť	0; 5 s prestupom	0; 6 s prestupom	0; 9 s prestupom	0; 8 s prestupom
Budapešť - Nitra	0; 5 s prestupom	0; 6 s prestupom	0; 8 s prestupom	0; 8 s prestupom

Zdroj: Vlastné zisťovanie: <https://m.cp.hnonline.sk>

Letecká doprava

V blízkvej vzdialenosti od Nitry sa nachádzajú aj medzinárodné letiská v Bratislave (90 km od Nitry), v Brne (220 km od Nitry), vo Viedni (140 km od Nitry), v Budapešti (160 km od Nitry) a v Prahe (430 km od Nitry).

V mestskej časti Janíkovce sa nachádza športové letisko, ktoré spravuje Aeroklub Nitra. Klub umožňuje všetkým priaznivcom leteckých športov stretávať a zdokonaľovať sa vo svojom športe, či už ide o pilotov motorových lietadiel, bezmotorových vetroňov alebo parašutistov.

Parkovacia politika mesta Nitra

V roku 2020 Mesto Nitra zaviedlo novú parkovaciú politiku centra mesta, cieľom je preferencia krátkodobého státia pred dlhodobým, skrátenie doby hľadania parkovacieho miesta a následné zníženie dopravnej záťaže v centre mesta. Zatiaľ nie sú vybudované záchytné parkoviská pri vstupoch do mesta typu P+R (park and ride) - také, kde šoféri odstavajú autá a do centra sa dovezú autobusmi. Parkoviská by mali počítať aj s vymedzením miest pre autobusy. Tieto záchytné parkoviská by mali vzniknúť

v 4 lokalitách: dve sú plánované pri zjazde z rýchlostnej cesty (R1 Východ a R1 Juh), jedno pri autobusovej a vlakovej stanici a štvrté pri Metre na Hlohoveckej ulici.

Obchodné centrá

V Nitre sa nachádzajú viaceré obchodné centrá (OC Centro Nitra, OC Mlyny Nitra, OC MAX a OC Galéria Tesco) s bohatou ponukou obchodov módnych značiek, služieb, zábavy, reštaurácií, kaviarní.



A6. Analýza dopytu po cestovnom ruchu v meste Nitra

Nositelmi dopytu po cestovnom ruchu v meste Nitra sú jeho návštevníci, pričom ich počet je možné analyzovať prostredníctvom štatistiky ubytovacích zariadení (rozpísané v bode 5.2.1 Supraštruktúra v cestovnom ruchu), počtu návštevníkov jednotlivých kultúrno-historických pamiatok (hradný areál), kultúrno-osvetových zariadení (Divadlo Andreja Bagara v Nitre, Staré divadlo Karola Spišáka, Ponitrianske múzeum, Nitrianska galéria, Krajské osvetové stredisko) a ďalších turistických atrakcií a zariadení (Výstavisko Agrokomplex, TIC Nitra atď.), či sprevádzaných návštevníkov.

Tabuľka: **Dopyt po atrakciách v meste Nitra/ Návštevnosť**

Kultúrna inštitúcia, turistická atrakčivita	2016	2017	2018	2019
Nitriansky hrad	68 774	69 000	69 100	73 971
Agrokomplex	514 682	632 262	626 901	692 347
Slovenské poľnohospodárske múzeum v Nitre	26 532	23 491	23 530	27 112
Diecézne múzeum	28 658	15 120	23 150	26 854
Ponitrianske múzeum	21 496	21 486	22 649	22 544
Nitrianska galéria	10 440	12 408	9 146	11 563
Misijné múzeum	cca 4 000	cca 4 000	cca 4 000	cca 4 000
DAB v Nitre	75 303	82 509	76 314	69 532
Staré divadlo Karola Spišáka v Nitre	26 130	32 176	31 336	36 028
Nové divadlo (od mája 2016)	8 300	14 970	15 930	15 480
Synagóga	16 000	12 500	14 500	14 000

Zdroj: Mesto Nitra, odbor TIC Nitra, odbor kultúry a vlastné spracovanie

Zo štatistík TIC Nitra, odboru kultúry a vlastných prieskumov vyplýva, že návštevnosť DAB v Nitre a Synagógy v posledných rokoch mierne klesla, návštevnosť Nitrianskeho hradu, Agrokomplexu, Slovenského poľnohospodárskeho múzea, Diecézneho múzea, Starého divadla Karola Spišáka v Nitre a Nitrianskej galérie stúpla.

Tabuľka: **Výstavnícky a veľtrhový CR**

Výstavisko Agrokomplex	2016	2017	2018	2019
Počet výstav a veľtrhov	39	46	43	42
Počet vystavovateľov	11 720	20 028	20 272	23 582

Zdroj: Agrokomplex, NÁRODNÉ VÝSTAVISKO

Aj vďaka Agrokomplexu je v Nitre silne rozvinutý výstavnícky a veľtrhový cestovný ruch, ktorý sa vo veľkej miere premieta v štatistike prenocovaní v ubytovacích zariadeniach. Na výstavisku Agrokomplex v Nitre sa v roku 2018 uskutočnilo 43 veľtrhov a výstav a v roku 2019 sa ich uskutočnilo 42. Vzrástol počet vystavovateľov z 20 272 v roku 2018 na 23 582 v roku 2019. Na základe dopytovania v ubytovacích zariadeniach sme zistili, že **práve počas výstav psov narastá počet prenocovaní a o tieto výstavy je stále väčší záujem.**

V Nitre rastie počet **gastronomických podujatí** a taktiež rastie záujem o gastroturizmus a vínný turizmus, čo potvrdzujú aj údaje v tabuľke.

Tabuľka: **Návštevnosť gastronomických podujatí**

Názov podujatia	Dĺžka podujatia (dni)	2018	2019
Degustácia vín v DAB (organizovaná degustácia)	1	327	359
Festival chutí Nitrianskeho kraja (Svätoplukovo námestie)	1	1 500	3 000
Mladé vína v Synagóge (organizovaná degustácia)	1	117	139
Nitránsky Street food fest	4	5 000 (3 dni)	10 000
Nitránsky Októberfest	3	3 000	5 000
Gastra & Kulinária AX (Agrokomplex)	4	-	19 708

Zdroj: vlastné spracovanie na základe podkladov od organizátorov podujatí

10,4

%-ný medziročný nárast návštevnosti Turistického informačného centra TIC Nitra

Tabuľka: **Návštevnosť a tržby Letného kúpaliska v Nitre**

Rok	Návštevnosť	Tržby
2016	46 210	92.418,-
2017	66 618	133.485,-
2018	61 354	122.707,-
2019	61 495	163.504,-

Zdroj: interné údaje Letného kúpaliska v Nitre

Najvyššia návštevnosť kúpaliska bola v roku 2017, najvyššie dosiahnuté tržby boli v roku 2019. Návštevnosť kúpaliska, ale aj exteriérových podujatí výrazne ovplyvňuje počasie a poveternostné podmienky.

V roku 2018 **TIC Nitra** navštívilo 13 651 osôb, v roku 2019 osobne navštívilo TIC Nitra 15 226 návštevníkov, čo predstavuje nárast oproti roku 2018 o 10,4 %. Od apríla 2019 na základe štatistických údajov TIC Nitra sme zaznamenali nárast jednodňových návštevníkov, ktorý pokračoval až do septembra. Zo zahraničných návštevníkov sú to najmä turisti z Českej republiky, Nemecka, Anglicka, Poľska, Maďarska, USA a Ruska. V roku 2019 TIC Nitra spolupracoval na základe zmluvy s 19 sprievodcami a služby sprievodcov využilo 3 509 návštevníkov, z toho počet zahraničných vzrástol na 888 (v roku 2018 služby turistických sprievodcov využilo 3 539 záujemcov, z toho bolo 673 zahraničných). Tržby z predaja TIC Nitra za celý rok predstavujú v priemere 24 000 €. Z osobného prieskumu a z účasti na výstavách cestovného ruchu vyplynulo, že existujú silné pozitívne väzby návštevníkov na Nitru (rodina, priatelia, vysokoškolské štúdium na nitrianskych univerzitách, vojenčina, AX).

A7. Profil súčasného návštevníka mesta Nitry



Koncom roka 2019 bol vyhotovený dotazník pre návštevníkov mesta Nitra v roku 2020, ktorým sa sledovalo získanie údajov za účelom zostavenia profilu súčasného návštevníka mesta. So zbieraním odpovedí sa začalo 1. februára 2020 a zber trval do 9. marca 2020, kedy sa na Slovensku postupne začali zavádzať protiepidemiologické opatrenia súvisiace so šírením nového koronavírusu COVID-19. S nástupom tzv. koronakrízy boli pozastavené všetky organizované podujatia a cestovný ruch ako taký. Vzhľadom na vzniknutú situáciu bolo k 9. 3. 2020 vyplnených a vyhodnotených 175 dotazníkov, ktorý vyplnilo 173 domácich návštevníkov a dvaja zahraniční študenti. Z odpovedí respondentov nemôžeme vyvodzovať všeobecné charakteristiky typického návštevníka Nitry, ale niektoré zmeny boli identifikované. Pre účely stratégie preto budeme primárne vychádzať z posledného prieskumu dopytu realizovaného v roku 2015². Na základe prieskumu z roku 2015, čiastkových výstupov z predčasne ukončeného prieskumu v roku 2020 a na základe osobného dopytovania v ubytovacích zariadeniach a u návštevníkov TIC Nitra vieme čiastočne zodpovedať na otázku: Kto je súčasný návštevník Nitry?

² Prieskum bol realizovaný na objednávku Nitrianskej organizácie cestovného ruchu metódou opytovania na vzorke 858 respondentov, ktoré sa uskutočnilo osobne a elektronicky v mesiacoch jún až september 2015. Výberový súbor tvorili súčasní návštevníci (opytovaní v uliciach mesta Nitra a elektronicky cez internet) a potenciálni návštevníci mesta Nitra z domova aj zo zahraničia (opytovaní elektronicky cez internet).

Najčastejšími návštevníkmi Nitry v domácom cestovnom ruchu sú obyvatelia Nitrianskeho kraja. Návštevníci, ktorí ešte v Nitre neboli, sú najmä z Prešovského a Košického kraja. Z hľadiska dĺžky pobytu v Nitre dominujú jednodňoví výletníci. Potom nasledujú turisti, ktorí sa zdržia 2 až 3 dni a za týmto účelom využívajú hlavne ubytovanie u príbuzných a priateľov (36 % návštevníkov s aspoň 1 prenocovaním). U zahraničných hostí (6,8 % respondentov) je dĺžka pobytu väčšinou 2 až 3 dni.

U návštevníkov v roku 2020 (január-február) iba 5 % využilo ubytovacie služby, 5 % prenocovalo u priateľov alebo rodiny a 90 % boli 1-denní návštevníci. U 81 % návštevníkov išlo o opakovanú návštevu mesta.

U súčasných návštevníkov, dominujú dva hlavné motívy návštevy mesta. Prvým je návšteva príbuzných a priateľov, druhým najvýznamnejším motívom je účasť na kultúrnom podujatí (návštevníci s prenocovaním). U jednodenných návštevníkov sú hlavným motívom návštevy Nitry nákupy a účasť na kultúrnom podujatí. Nákupy sú pritom motívom návštevy hlavne pre návštevníkov z Nitrianskeho, Trnavského a Trenčianskeho kraja. Pre potenciálnych návštevníkov, ktorí Nitru doposiaľ nenavštívili, by v budúcnosti motívom návštevy mesta mohlo byť poznávanie mesta, kultúry a histórie, účasť na kultúrnom podujatí, wellness, akvaparky a kúpaliská v okolí, účasť na veľtrhu a výstave alebo vína turistika a agroturistika.

Ak porovnáme motiváciu súčasných a potenciálnych návštevníkov, môžeme identifikovať tri skupiny návštevníkov: (1) návštevníci cestujúci za rodinou a priateľmi, (2) návštevníci cestujúci za odpočinkom a (3) obchodní cestujúci. Za najslabší motív u súčasných aj potenciálnych návštevníkov môžeme považovať účasť na exkurzii a konferencii, čo potvrdzuje, že Nitra nie je lídrom v usporadúvaní konferencií napriek tomu, že v meste sídli dve univerzity.

Návštevníkov Nitry (súčasných aj potenciálnych) môžeme charakterizovať typovo ako kultúrnych nadšencov, rodinné typy, športovcov, pôžitkárov či bádateľov.

Pri rozhodnutí navštíviť Nitru je najvýznamnejším faktorom 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 v Nitre. Naopak, čím dlhší je pobyt v Nitre, tým dôležitejšie sú možnosti ubytovania, mesto ako nepoznaná destinácia, koncentrácia atraktivít, hodnota poskytnutá za peniaze, cena a životný štýl mesta. Mesto Nitra je tak pre jednodňových návštevníkov destináciou nákupného cestovného ruchu a pre turistov (min. s 1 prenocovaním) destináciou kultúrneho a mestského cestovného ruchu. Medzi najmenej dôležité faktory rozhodovania o návšteve Nitry patrí nepoznaná destinácia a informácie v médiách.

Za najsilnejšie asociácie návštevníkov s mestom Nitra považujeme kultúrne pamiatky a prírodné bohatstvo, nakoľko sú

Nitriansky hrad a Zobor najviac navštevované, najviac zaujímavé aj odporúčané atraktivity cestovného ruchu v meste. Nitriansky hrad, vrch Zobor spolu s výstaviskom Agrokomplex môžeme považovať za najvýznamnejšie atraktivity cestovného ruchu, charakteristické znaky Nitry, jej symboly.

Z hľadiska hodnotenia imidžu Nitry, sú názory návštevníkov na mesto pomerne pozitívne, na druhej strane, Nitra nevykazuje výrazne pozitívny, či výrazne negatívny výsledok, čo poukazuje na nevýrazný, resp. slabý súčasný imidž mesta. Výsledky môžu poukazovať na slabé povedomie o meste, na nedostatočnú informovanosť a slabú propagáciu o možnostiach trávenia voľného času v meste. Súčasní návštevníci pritom vnímajú Nitru pozitívnejšie ako potenciálni návštevníci a to vo všetkých aspektoch.

Zatiaľ čo potenciálni návštevníci vnímajú Nitru ako „Mesto bohatej, histórie, tradícií a kultúrnych pamiatok“, reálni návštevníci vnímajú Nitru ako „Mesto pod Zoborom“, nasleduje asociácia „Mesto bohatej, histórie, tradícií a kultúrnych pamiatok“, prívlastok „Výstavné mesto“, „Mesto Cyrila a Metoda“ či „Mesto študentov“. Ak uvedené výroky porovnáme so zaužívanými prívlastkami Nitry (matka slovenských miest, mesto mladých, veľtrhové a výstavnícke mesto), zistíme čiastočnú zhodu z hľadiska vymedzenia typického imidžu Nitry ako cieľového miesta cestovného ruchu. Ide o tieto zložky – vrch Zobor, história a kultúrne pamiatky mesta Nitra, výstavný areál Agrokomplex, mesto študentov, centrum poľnohospodárstva. Na druhej strane chýbajú v súčasnom vnímaní mesta prvky kresťanskej tradície (biskupské a pútnické mesto) a gastronomickej ponuky mesta (víno). Ide pritom o vyhľadávané typy zážitku súčasného návštevníka v mestskom cestovnom ruchu. Preto tieto atribúty mesta vo vnímaní mesta Nitra zo strany jeho návštevníkov treba posilniť.

Kto je súčasný návštevník Nitry?

V Nitre ide predovšetkým o jednodňových návštevníkov, ktorých hlavným motívom návštevy sú:

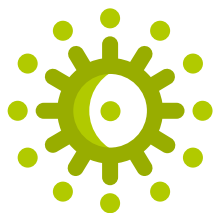
- nákupy, zábava a voľný čas
- poznávanie histórie a pamiatok
- tranzitné miesto
- návšteva výstav a veľtrhov
- návšteva kultúrnych, športových a gastronómických podujatí
- návšteva rodiny, príbuzných, priateľov ap.

V ubytovacích zariadeniach prevažujú ako hostia (minimálne s jedným prenocovaním):

- pracujúci v priemyselných parkoch
- obchodní cestujúci
- biznis klientela
- návštevníci výstav a vystavovatelia
- návštevníci organizovaných podujatí (kultúrnych a športových)
- návštevníci využívajúci víkendové zľavy na ubytovacích portáloch (Booking.com najčastejšie) ap.

Dôvody, pre ktoré prichádzali návštevníci do Nitry do prepuknutia pandémie:

- dobrá dopravná dostupnosť
- bezpečné miesto
- „všade je blízko“
- scenéria mesta
- história, pamiatky a kultúrne dedičstvo
- Nitriansky hrad
- tranzitné miesto
- zábava, voľný čas a nákupy
- výstavisko Agrokomplex
- rôzne možnosti kultúrneho a športového vyžitia
- medzinárodné kultúrne a športové podujatia
- divadelné predstavenia
- periodicky sa opakujúce kultúrne podujatia
- rozvíjajúca sa gastronómia.



A8. Dopady pandémie COVID-19

Pandémia Covid-19 ovplyvnila vo veľkej miere poskytovateľov služieb v cestovnom ruchu, mnohé prevádzky boli zatvorené a prevádzku spúšťali postupne. Z údajov z odboru daní a poplatkov MsÚ v Nitre vyplýva, že za sledované obdobie marec až máj 2020 bolo priznaných 25 829 prenocovaní, v roku 2019 to bolo 69 241 prenocovaní. Tento počet predstavuje pokles o 62,7 %. Aktuálny rok 2020 je pre ubytovacie zariadenia v Nitre kritický. Pod vplyvom pandémie je do konca septembra pozastavené organizovanie výstavných podujatí na výstavisku AX, čo má drvivý dopad na takmer všetky segmenty ubytovacích zariadení v meste. Orientácia poskytovateľov ubytovacích služieb takmer výlučne na biznis klientelu odhalila nevýhodnosť tejto stratégie. Nízka diverzifikácia produktov ubytovacích zariadení na iné segmenty dopytu spôsobila obrovský prepád ich návštevnosti. Pandémia odhalila aj to, že pobytový cestovný ruch v Nitre je dlhodobo založený na obchodnom cestovnom ruchu (výstavy, semináre, konferencie) a nevenuje sa dostatočne iným formám (produktom) pobytového cestovného ruchu – z hľadiska infraštruktúry aj marketingu.

A9. Produktový mix mesta Nitry na trhu cestovného ruchu

Prepojenia čiastkových cieľov z návrhu Stratégie rozvoja udržateľného cestovného ruchu do roku 2030 s prioritami Mesta Nitry v oblasti cestovného ruchu „produkt“:

- Zlepšovanie úrovne kvality služieb
- Motivácia všetkých aktérov cestovného ruchu v meste k inováciám
- Podpora budovania turistickej infraštruktúry
- Podpora udržateľného sídelného rozvoja ako prvku mestského turizmu
- Podpora tvorby a zvyšovanie konkurencieschopnosti regionálnych produktov v spolupráci s Nitrianskou organizáciou cestovného ruchu
- Podpora inklúzie a bezbariérovosti v cestovnom ruchu
- Digitalizácia v cestovnom ruchu.

Uvedené témy budú predmetom rozpracovania v návrhovej časti stratégie.



Nitra ako mestská destinácia cestovného ruchu disponuje pestrou ponukou atraktivít a zariadení cestovného ruchu. Aby sa z rôznorodej ponuky destinácie stal produkt, na to treba v destinácii zabezpečiť maximálnu súčinnosť všetkých aktérov cestovného ruchu.

Vzhľadom na existujúce možnosti, ktorými Nitra v súčasnosti reálne disponuje, definujeme jej produktový mix na trhu cestovného

ruchu, ale zároveň uvádzame potenciál rozšírenia príslušných produktových línií (radov) o nové varianty, ktoré dokážu osloviť a prilákať nové cieľové skupiny návštevníkov a posilniť tak postavenie Nitry na trhu domáceho aj príchodového cestovného ruchu.

V súčasnej turistickej ponuke mesta dominuje obchodná a kultúrna zložka, ktoré tvoria významný zdroj návštevníkov prichádzajúcich do mesta.

Vyššie uvedené analýzy potvrdili dominanciu obchodného a kultúrneho prvku v ponuke i dopyte do prepuknutia pandémie COVID-19, čo vyžaduje potrebu prijať progresívny variant rozvoja, ktorý na jednej strane zdokonalí existujúcu ponuku, na druhej strane ju rozšíri o nové možnosti aktivít a služieb v meste a jeho bezprostrednom okolí (napr. kreatívny cestovný ruch, ekologický cestovný ruch) so zameraním na nové segmenty návštevníkov.

Rozšírenie o nové varianty produktov môže priniesť zlepšenie ekonomických výsledkov cestovného ruchu v destinácii. V tabuľke nižšie uvádzame súčasný stav produktov mesta Nitra v nadväznosti na prioritné produktové skupiny cestovného ruchu v SR v zmysle Národnej stratégie rozvoja cestovného ruchu v SR do roku 2020 a potenciálne možnosti na inováciu, rozšírenie ponuky v novej stratégii rozvoja cestovného ruchu Nitra do roku 2031.

Tabuľka: Súčasný stav produktov mesta Nitra v nadväznosti na prioritné produktové skupiny cestovného ruchu v SR Autor: Z. Palenčíková

Prioritná produktová skup. SR	Produktový rad	Súčasný variant produktu	Potenciál nových variantov produktov do 2020
Kultúrny cestovný ruch	Kultúrne dedičstvo (architektúra, arch. lokality)	Nitriansky hrad + Horné a Dolné mesto, Dražovský kostolík, archeologické lokality, múzeá (Ponitrianske, SPM, Diecézne)	Áno – prostredníctvom storytellingu a gamifikácie, uplatnením m-turizmu (QR kódy, digitálne projekcie stavebného vývoja pamiatok a pod.), nové interaktívne expozície v súčasných múzeách/nové múzeum so zameraním na rodiny s deťmi
	Pútnický cestovný ruch	Kalvária, Svätajakbuská cesta (Zobor), Cyrilo-metodská cesta	Áno – značením trás, sietovaním s poskytovateľmi služieb pútnikom – ubytovacie a voľnočasové služby
	Mestský cest. ruch	Galérie, divadlá, nákupy, kino, film	Áno – s prepojením na zábavu, kreatívny cestovný ruch
	Kreatívny cestovný ruch	-	Áno – regionálni umelci, remeselníci zapojení do ponuky kreatívnych zážitkov destinácie
	Kultúrno-spoločenské podujatia	Festivály (divadelné, historické, hudobné ap.), jarmoky a trhy (Chrenovské, Vianočné, Cyrilo-metodské slávnosti) atď.	Áno – napr. s prepojením na miestne umelecké komunity, ZUŠ, a pod.
	Zážitková gastronómia	Gastrofestivály (Nitriansky vínný festival, Festival chutí Nitrianskeho kraja, Nitránsky Street Food Fest), Nitrianska vínná cesta a Nitrianska kráľovská vínná cesta – minimálne aktívne v prospech rozvoja cestovného ruchu, pravidelné degustácie lokálnych vín (organizuje NOCR, jednotlivé vínokúty v meste)	Áno – inovácia a lepšia stratégia využitia lokálnych gastronomických špeciálov s prepojením aj na okolie v spolupráci s NOCR a inými aktérmi z MVO (oz) Podpora zapájania miestnych gastropodnikateľov, napr. súťažou o najlepší recept na miestnu špecialitu, týždeň nitrianskej kuchyne – odmenou by mohlo byť promo vo všetkých mestských médiách (web, FB,...)
Letný cestovný ruch	Pobyt v prírode	Pešia turistika (Zobor, 7 pahorkov), cykloturistika (Zobor, popri rieke...)	Áno – s využitím informačných technológií – appka
	Dobrodružstvo v prírode	Paragliding, horská cykloturistika (Zoborská cyklomagistrála), Letisko Janíkovce – zážitkové lety	Áno – putovanie nočným Zoborom – napr. s lampášom za skrytým pokladom
	Voda a zábava	Mestské kúpalisko na Sihoti	Áno – využitie rieky Nitra v produktoch destinácie vo väčšej miere (priniesť život k rieke formou podujatí, zábavy, vybudovaním móla, pláže, dobudovaním nábrežia na rekreáciu – napr. po vzore Viedne - Donauinsel)
Kongresový cestovný ruch	Konferenčný cestovný ruch	Vedecké konferencie na univerzitách, odborné konferencie v nadväznosti na výstavnisko AX, Agroinštitút	Otázny vývoj po skončení pandémie – treba sledovať daný segment dopytu
	Výstavnícky a veľtrhový cestovný ruch	Výstavy a veľtrhy národného významu - agrosektor, chovateľstvo, lesníctvo, technika a priemysel	Áno – s prepojením na mestskú turistickú kartu výhod a varianty kultúrneho cestovného ruchu
	Motivačný a incentívny cestovný ruch	Firemné školenia, semináre	Áno – firemné víkendy – teambuildingy napr. s ekologickým aspektom v Nitre (prípadne Nitra s okolím)
Vidiecky cestovný ruch a agroturistika	Krásky vidieka Pokoj v prírode	Cykloturistika, pešia turistika	Áno - budovaním tzv. zelených ciest (vidiecke „zelené“ ubytovanie v okrajových štvrtiach mesta, lokálne špeciality a produkty – napr. pobyt u včelára v Krškanoch, u vinára na Zobori, v Dražovciach), pobyty na vidieckych usadlostiach a farmách – na okraji mesta spojené s hospodárskymi aktivitami, ľudovými tradíciami, regionálnou gastronómiou a folklórnymi podujatiami; ponukou pobytových balíkov na vinárskych dvoroch - nadviazaním na vinohradnícku tradíciu regiónu
Sociálny cestovný ruch	Školské výlety, výlety pre rodiny s deťmi, seniorov,	Školské výlety ZŠ (v rámci regionálnej výchovy a vlastivedy), Poznávacie výlety klubov dôchodcov	Áno - systematickou spoluprácou so ZŠ a SŠ; s domovmi dôchodcov, klubmi dôchodcov ap. - ponúkanými výhodami (regionálna karta grátis) a pod. Rodina s deťmi – transformácia z výletníkov na turistov

Veľká časť súčasných produktov sa realizuje v tradičnom formáte, je potrebné inovovať takmer všetky uvedené produkty s ohľadom na trendy ako je udržateľnosť, bezuhlíková stopa, lokálne produkty. Nitra je mestská destinácia postavená na vidieckej tradícii, odjakživa sa tu prelína mestská a vidiecka kultúra, čím si mesto vyslúžilo aj označenie „najväčšia dedina na Slovensku“. Z tejto zdanlivo nepeknej nálepky je možné v cestovnom ruchu bohato ťažiť v podobe prepojenia mestskej a vidieckej kultúry.

Súčasným hendikepom ponuky produktov mesta je ich odbyt. Na úrovni destinácie chýba miestna CK, ktorá by ponúkala destináciu a jej produkty pre obchodných partnerov v tuzemsku aj v zahraničí. Neexistuje online systém rezervovania služieb CR na stránke mesta ani na stránke NOCR. V súčasnosti si návštevník musí ponuku jednotlivých služieb „vyskladať“ sám, s využitím

viacerých odbytových online kanálov (napr. ubytovanie cez booking, vstupenky cez ticketportal, stravovanie cez tipy na tripadvisor, sprievodcu cez NOCR/TIC, pre zahraničného návštevníka je to neprekonateľná prekážka).

Z hľadiska zjednodušenia dodania návštevníka do destinácie a pre jeho lepšiu orientáciu a obslužnosť v meste sú v medzinárodnej praxi rozšírené mestské turistické karty (dnes už najmä online), ktoré poskytujú návštevníkovi rôzne výhody a zľavy, ktoré motivujú k návšteve a dlhšiemu pobytu v destinácii. Mesto Nitra aktuálne nedisponuje žiadnou turistickou kartou, čo znižuje využiteľnosť mesta pre návštevníka (rôzne segmenty návštevníkov).

Pozn.: autorkou kapitoly 9 je Zuzana Palenčíková, odborný konzultant analytickej časti stratégie

A10. Zhrnutie a závery analytickej časti



Mestská destinácia Nitra v súčasnosti stojí pred veľkou výzvou. Pandémia COVID-19 odhalila jednostrannú a zotrvačnú orientáciu ponuky na dva nosné segmenty návštevníkov – obchodných a kultúrnych. Aktuálne sa nachádza mestský cestovný ruch v Nitre „v bode zlomu“, preto je kľúčové priznať si nedostatky, poučiť sa z chýb a vykročiť do novej dekády s transformovanou ponukou reflektujúcou trendy súčasnej doby (udržateľnosť, cestovanie „bez stopy“, lokálne zážitky, ekologický cestovný ruch) a s moderným destinačným marketingom. Predložená analýza potvrdzuje, že mesto Nitra má potenciál na transformáciu súčasného cestovného ruchu, na nové produkty a segmenty návštevníkov. Ak dôjde k stotožneniu sa miestnych aktérov cestovného ruchu s novou víziou a k spojeniu síl, je vysoký predpoklad, že mesto Nitra začne v cestovnom ruchu písať novú kapitolu.

B. Východiská pre ďalšie smerovanie NOCR pre roky 2020 - 2025 - Úvod

Základnými východiskami aktualizácie opatrení (návrhovej časti dokumentu) sú zhodnotenie výkonnosti destinácie (vrátane vývoja návštevnosti), odpočet a evaluácia dosiahnutých cieľov vyplývajúcich zo Strategického a koncepcného dokumentu pre roky 2018 – 2020 a potreba ďalšieho rozvoja tu formulovaných produktových línií a v súvislosti s nimi aj nastavenie ďalších cieľov Nitrianskej organizácie cestovného ruchu (ďalej NOCR).

Z uvedeného vyplynula aj potreba širšieho zamerania na prepojenie produkcie s pôvodom v regióne s činnosťou a aktivitami NOCR, ktorá je v súlade s trendom rastúceho záujmu návštevníkov o regionálne produkty.

Regionálne produkty sú poľnohospodárske a potravinárske produkty, ktoré majú pôvod v regióne (sú vyrobené v regióne z tu dopestovaných surovín) alebo remeselné a iné spotrebné výrobky, ktoré sú jedinečné a originálne (vyrobené miestnymi výrobcami). Pôvod v regióne návštevníkovi symbolizuje vyššiu kvalitu (potraviny pri predaji prejdú kratšiu distribučnú cestu, sú čerstvejšie ako dovážané) aj originalitu a jedinečnosť (jedinečná chuť a prezentácia regiónu). V destinácii v súčasnosti pôsobia dve regionálne značky kvality, a to Regionálny produkt PONITRIE (od roku 2011) a Regionálny produkt NITRAVA, ktorého koordinátorom je MAS Cedron- Nitrava. Produkty, ktoré spĺňajú znaky regionálneho pôvodu sú označené týmito regionálnymi značkami. V destinácii sú aj kvalitní regionálni producenti bez regionálnej značky.

Regionálni producenti majú vysoký potenciál vytvorenia zážitkových produktov destinácie. Okrem toho môžu ich produkty a výrobky prispievať zaradením do ponuky k prezentácii destinácie, najmä v miestach koncentrácie návštevníkov (turistických bodoch záujmu – zariadeniach poskytujúcich služby a atraktivitách).

Strategický a koncepcný dokument NOCR pre roky 2018 až 2020 formuloval jeden zo strategických cieľov, a to „región Nitra je vyhľadávanou destináciou vďaka ponuke unikátnych destinačných produktov, postavený na atribútoch mestskej a regionálnej identity“.

Prepojenie regionálnej produkcie na ponuku destinácie v ďalšom období nadväzuje na plnenie opatrenia v oblasti Záhradníctvo a poľnohospodárstvo- “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.)”. V rámci aktivít NOCR začala spolupráca s MAS Radošinka a MAS Cendron-Nitrava (koordinátor značky regionálny produkt Nitrava) prostredníctvom členstva v NOCR.

Od roku 2020 je NOCR Koordinátorom značky Regionálny produkt Ponitrie, ktorá označuje produkty s pôvodom v okrese Nitra, Topoľčany a Zlaté Moravce. Spolupracuje s 25 subjektami (držiteľmi práv na používanie tejto značky). Certifikované produkty sú rozdelené do troch hlavných skupín:

- poľnohospodárske a potravinárske výrobky - sú potenciálom pre atraktívne ukážky tradičnej výroby ako aj ochutnávky výrobkov. Sú zaujímavým a jedinečným suvenírom regiónu Ponitrie, ale aj produktom bežnej spotreby;
- remeselné výrobky - sú potenciálom pre atraktívne ukážky tradičnej výroby výrobkov a sú zaujímavým a jedinečným suvenírom regiónu Ponitrie;
- ubytovacie, stravovacie služby a doplnkové služby cestovného ruchu, ktoré vytvárajú jedinečný gurmánsky a emotívne pestrý zážitok v Ponitri.

Zaradenie regionálnej produkcie do ponuky destinácie je priamo v súlade s ďalšími operatívnymi cieľmi (oblasťami) zameranými na destinačný manažment založený na jedinečných produktových líniách najmä témami víno a kulinária, jazdecká turistika, okolie Nitry, Nitra pre skupiny predovšetkým v súvislosti s vytvorením novej zážitkovej ponuky. Podpora predaja/dostupnosti regionálnych produktov v destinácii je v súlade aj s ďalšími opatreniami.

Ďalšou veľkou výzvou pre destináciu je kandidatúra mesta Nitra na Európske hlavné mesto kultúry (EHMK) 2026, ktorá je v kompetencii mesta Nitra ako členského subjektu NOCR.

B1. Návštevnosť destinácie v roku 2019

Základné údaje o ubytovaných návštevníkoch destinácie sú východiskom z dôvodu, že poskytujú rámcový prehľad o miestach koncentrácie ubytovných návštevníkov (aj spotrebiteľov regionálneho produktu).

Územie pôsobnosti RP Ponitrie sú v súčasnosti okresy Nitra, Topoľčany a Zlaté Moravce. Na území týchto troch okresov pôsobí aj NOCR, ktorej členské obce sú Nitra, Mojmirovce, Bojná a Topoľčianky. Počet prenocovaní vo všetkých troch okresoch spolu sa v roku 2019 v porovnaní s rokom 2018 mierne znížil, a to o 0,3 %. Vytváranie podmienok priameho predaja regionálnych produktov v destinácii prispieva k odbytu

a udržaniu regionálnej produkcie nevyhnutnej pre zachovanie autenticity a kvality, preto by sa podpora predaja certifikovaných regionálnych produktov mala v budúcnosti realizovať v miestach koncentrácie návštevníkov aj mimo súčasných členských obcí NOCR. Z uvedeného dôvodu je východiskom návrhu aktivít aj návštevnosť mimo súčasnej pôsobnosti NOCR (v iných ako členských obciach).

Tabuľka: Počet prenocovaní návštevníkov destinácie v roku 2019

Okres	Člen NOCR	Obec	Počet prenocovaní	Zmena 19/18	Podiel okres	Podiel Ponitrie
Nitra	áno	Nitra	179 046	- 26 %	67 %	46 %
	áno	Mojmirovce	8 788	+ 49 %	3 %	2 %
	nie	Vráble	12 028	- 12 %	4 %	3 %
	nie	Báb, Cabaj-Čápor, Čakajovce, Horné Lefantovce, Jelenec, Jelšovce, Koliňany, Lužianky, Malý Lapáš, Paňa, Poľný Kesov, Svätoplukovo, Veľké Zálužie, Veľký Lapáš, Zbehy	69 156	+ 89 %	26 %	18 %
Okres Nitra spolu			269 018	- 10 %	100 %	69 %
Topoľčany	nie	Topoľčany	13 050	+ 6 %	16 %	3 %
	nie	Prašice	32 528	+ 19 %	39 %	8 %
	áno	Bojná				
	nie	Jacovce, Krušovce, Ludanice, Oponice, Podhradie, Radošina, Rajčany, Solčany, Tesáre, Tovarníky, Veľké Ripňany	37 750	+ 74 %	45 %	10 %
Okres Topoľčany spolu			83 328	+ 36 %	100 %	21 %
Zlaté Moravce	áno	Topoľčianky	6 496	- 20 %	18 %	2 %
	nie	Zlaté Moravce	11 322		32 %	3 %
	nie	Beladice, Čierne Kľačany, Jedľové Kostolany, Kostolany pod Tribečom, Obyce, Skýcov, Tekovské Nemce, Tesárske Mlyňany, Volkovce	17 763	+ 37 %	50 %	5 %
Okres Zlaté Moravce spolu			35 581	+ 21 %	100 %	9 %
SPOLU NOCR (bez obce Bojná)			194 330	- 24 %		50 %
SPOLU PONITRIE			387 927	0		100 %

Zdroj: Vlastné spracovanie na základe údajov Štatistického úradu SR, 2020.

Na poklese počtu prenocovaní v regióne aj v rámci pôsobnosti NOCR (o 24 %) sa podieľal najmä pokles počtu prenocovaní v meste Nitra (o 26 %), ktoré má zároveň najväčší počet prenocovaní, ktorými tvorí takmer polovicu všetkých prenocovaní v regióne (46 %) a až 67 % prenocovaní v rámci NOCR. V posledných rokoch však počet návštevníkov

aj prenocovaní v meste Nitra klesá. Najvýraznejšie rástol počet prenocovaní v roku 2019 v obci Mojmirovce (o 49 %). Výraznejší rast počtu prenocovaní je aj v iných (aj nečlenských) vidieckych obciach, čo môže naznačovať rast záujmu návštevníkov o návštevu špecifických pamiatok a atrakcií v týchto obciach, zvyšovanie ponuky služieb v týchto obciach a/alebo rast záujmu

návštevníkov o návštevu/pobyt na vidieku, v prírode alebo na farme.

Napriek uvedenému poklesu má **mesto Nitra** stále dominantnú pozíciu aj z hľadiska počtu a prenocovaní zahraničných návštevníkov (až 46 % prenocovaní v meste

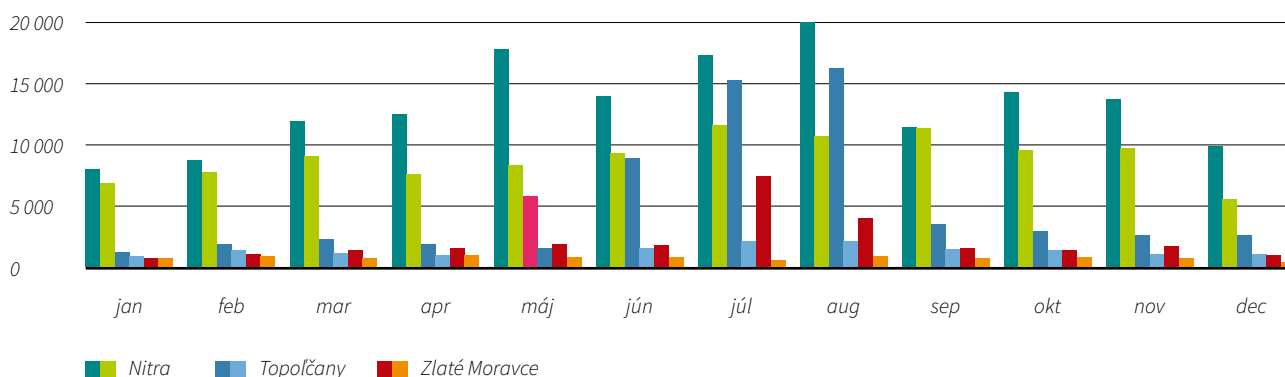
tvoria zahraniční návštevníci). Títo návštevníci sa podieľajú na návštevnosti NOCR až 42%-ami a na návštevnosti celého regiónu 21%-ami. Tvoria až 96 % zahraničných návštevníkov v rámci členských obcí NOCR a 61 % zahraničných návštevníkov regiónu.

Tabuľka: Prenocovania domácich a zahraničných návštevníkov v destinácii v roku 2019

Okres	Člen NOCR	Obec	Prenocovania domácich návštevníkov			Prenocovania zahraničných návštevníkov			Ø dĺžka pobytu (dni)
			Počet	Podiel okres	Podiel Ponitrie	Počet	Podiel okres	Podiel Ponitrie	
Nitra	áno	Nitra	96 744	36%	25%	82 302	31%	21%	2,40
	áno	Mojmírovce	8 149	3%	2%	639	0%	0%	1,42
	nie	Vráble	5 312	2%	1%	6 716	2%	2%	3,01
	nie	Báb, Cabaj-Čápor, Čakajovce, Horné Lefantovce, Jelenec, Jelšovce, Kolíňany, Lužianky, Malý Lapáš, Paňa, Poľný Kesov, Svätoplukovo, Veľké Zálužie, Veľký Lapáš, Zbehy	50 797	19%	13%	18 359	7%	5%	3,30
Okres Nitra spolu			161 002	60%	42%	108 016	40%	28%	2,54
Topoľčany	nie	Topoľčany	9 770	12%	3%	3 280	4%	1%	2,40
	nie	Prašice	26 949	32%	7%	5 579	7%	1%	3,01
	áno	Bojná							
	nie	Jacovce, Krušovce, Ludanice, Oponice, Podhradie, Radošina, Rajčany, Solčany, Tesáre, Tovarníky, Veľké Ripňany	29 134	35%	8%	8 616	10%	2%	2,32
Okres Topoľčany spolu			65 853	79%	17%	17 475	21%	5%	2,56
Zlaté Moravce	áno	Topoľčianky	3 861	11%	1%	2 635	7%	1%	1,65
	nie	Zlaté Moravce	6 764	19%	2%	4 558	13%	1%	2,20
	nie	Beladice, Čierne Kľačany, Jedľové Kostolány, Kostolány pod Tribečom, Obyce, Skýcov, Tekovské Nemce, Tesárske Mlyňany, Volkovce	15 290	43%	4%	2 473	7%	1%	4,29
Okres Zlaté Moravce spolu			25 915	73%	7%	9 666	27%	2%	2,24
SPOLU NOCR (bez obce Bojná)			108 754		28%	85 576		22%	2,29
SPOLU PONITRIE			252 770		65%	135 157		35%	2,51

Zdroj: Vlastné spracovanie na základe údajov Štatistického úradu SR, 2020.

Graf: Počet prenocovaní domácich a zahraničných návštevníkov v okresoch v roku 2019



Zdroj: Vlastné spracovanie na základe údajov Štatistického úradu SR, 2020.

Priemerná dĺžka pobytu v regióne bola v roku 2019 na úrovni 2,5 dňa. Z členských obcí NOCR je pobyt návštevníkov v priemere najdlhší v meste Nitra (2,4 dňa v prípade domácich aj zahraničných návštevníkov). V **Mojmírovciach** a **Topoľčiankach** je dĺžka pobytu na úrovni len okolo 1,5 dňa (pobyt zahraničných návštevníkov je dlhší ako v prípade domácich návštevníkov, a to 2 dni). **Topoľčianky** majú rovnako ako mesto **Nitra** relatívne vysoký podiel zahraničných návštevníkov (41 % z celkového počtu návštevníkov obce), avšak ich podiel v **Mojmírovciach** je veľmi nízky (len 7 % z celkového počtu návštevníkov obce).

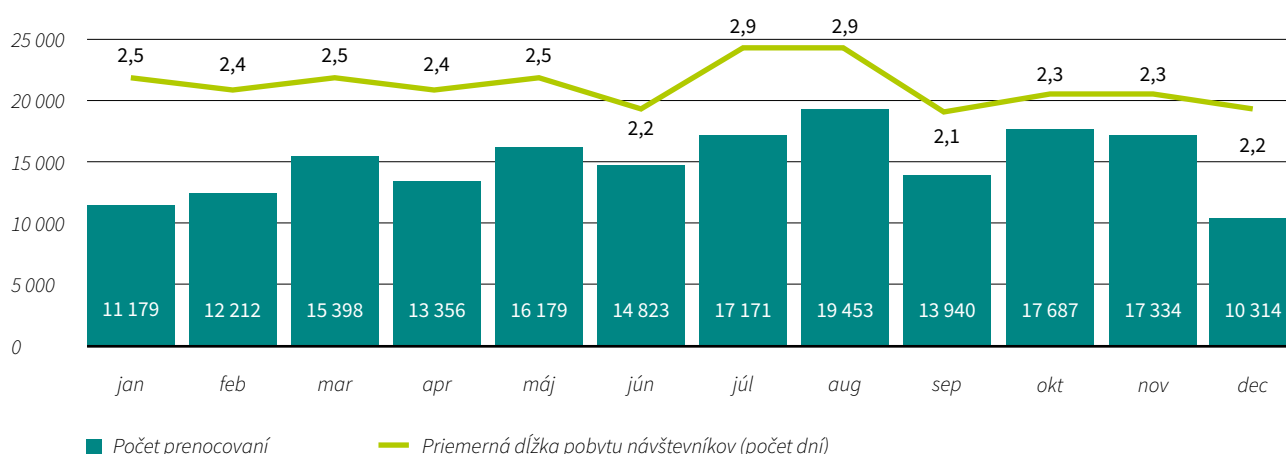
V meste **Nitra** je najväčší počet domácich aj zahraničných návštevníkov počas všetkých mesiacov roka, čo sa prejavuje aj na najväčšej návštevnosti okresu Nitra spomedzi všetkých okresov regiónu a zároveň na najvyrovnanejšom vývoji počas roka (najnižšiemu vplyvu sezónnosti). Okres Topoľčany a Zlaté Moravce je navštevovaný najmä počas letných mesiacov júl a august, avšak aj tu sú viditeľné rozdiely, najmä rozdiely medzi mestami a ostatnými obcami (vidiekom).

Grafický prehľad sezónnosti (vývoja počtu prenocovaní a priemernej dĺžky pobytu počas roka) v iných ako členských obciach NOCR je obsahom PRÍLOHY 1.

Okres Nitra

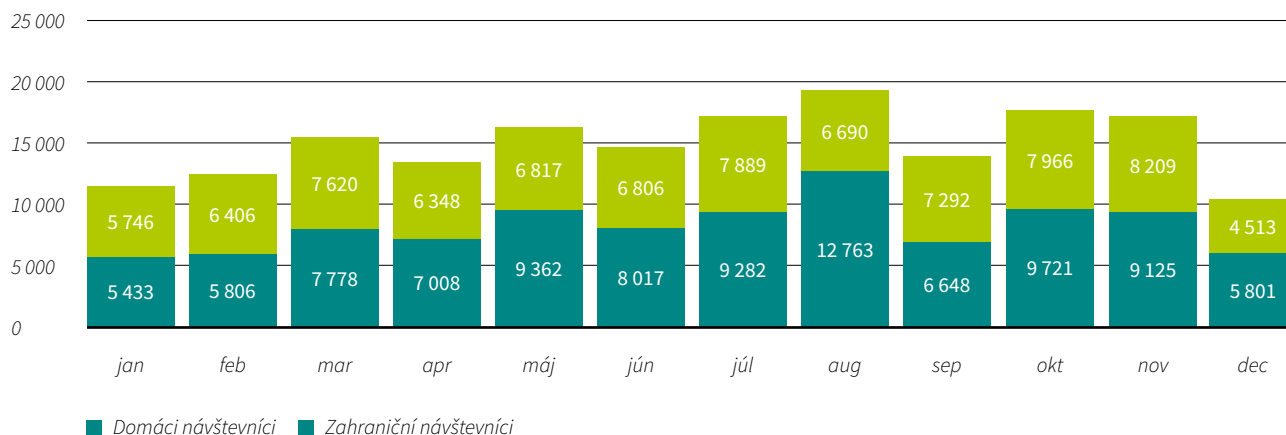
Mesto Nitra má vysokú návštevnosť nie len počas letných mesiacov s priemernou dĺžkou pobytu takmer 3 dni, ale aj počas mesiaca máj (s kratšou dobou pobytu). Najnižšiu návštevnosť má Nitra od decembra do februára, čo môže byť spôsobené preferenciami návštevníkov počas zimy, tráviť dovolenku v horských strediskách.

Graf: Počet prenocovaní a priemerná dĺžka pobytu návštevníkov v meste Nitra v roku 2019



Zdroj: Vlastné spracovanie na základe údajov Štatistického úradu SR, 2020.

Graf: Počet prenocovaní domácich a zahraničných návštevníkov v meste Nitra v roku 2019

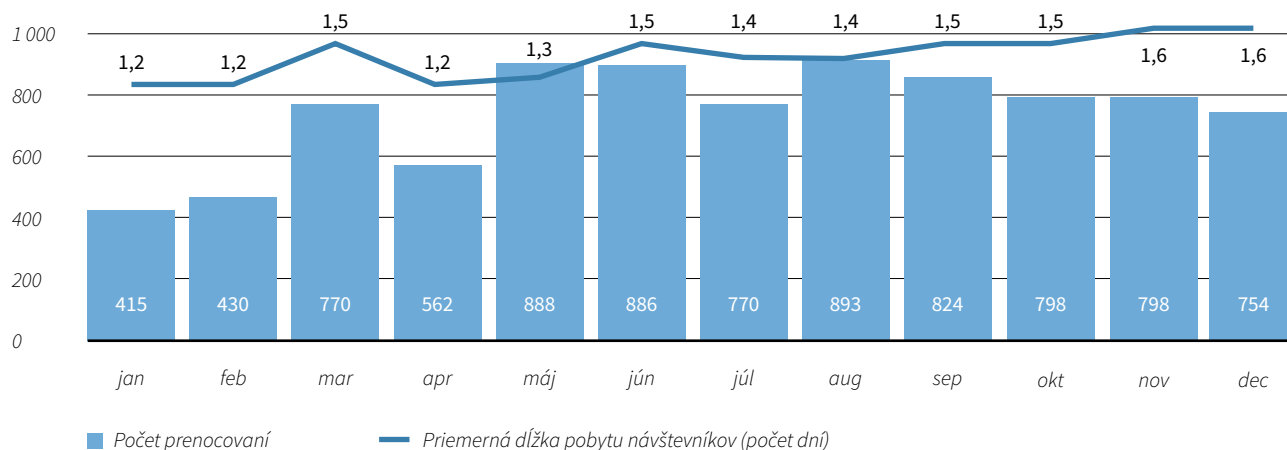


Zdroj: Vlastné spracovanie na základe údajov Štatistického úradu SR, 2020.

Relatívne vysoká návštevnosť mesta Nitra je aj v mesiacoch október a december, v ktorých dosahuje mesto aj najväčší počet zahraničných návštevníkov v porovnaní s ostatnými mesiacmi roka.

Obec Mojmirovce sa na celkovom počte prenocovaní v okrese Nitra podieľa len 3%, avšak v roku 2019 zaznamenala najrýchlejšie tempo rastu počtu prenocovaní (až 49 %) spôsobený výrazným rastom počtu domácich návštevníkov. Obec má veľmi nízky podiel zahraničných návštevníkov (7 %), v roku 2019 bol najvyšší počet ich prenocovaní v mesiaci marec (137 prenocovaní), čo však mohlo byť spôsobené jednou alebo viacerými organizovanými skupinami v obci alebo v konkrétnom zariadení. Vývoj počtu prenocovaní počas roka je relatívne vyrovnaný, najnižšiu návštevnosť má obec v prvom kvartály roka, kedy je aj najnižšia priemerná dĺžka pobytu návštevníkov, a to len 1,2 dňa, čo znamená že ide v podstate o jednodňových návštevníkov.

Graf: Počet prenocovaní a priemerná dĺžka pobytu návštevníkov v Mojmirovciach v roku 2019



Zdroj: Vlastné spracovanie na základe údajov Štatistického úradu SR, 2020.

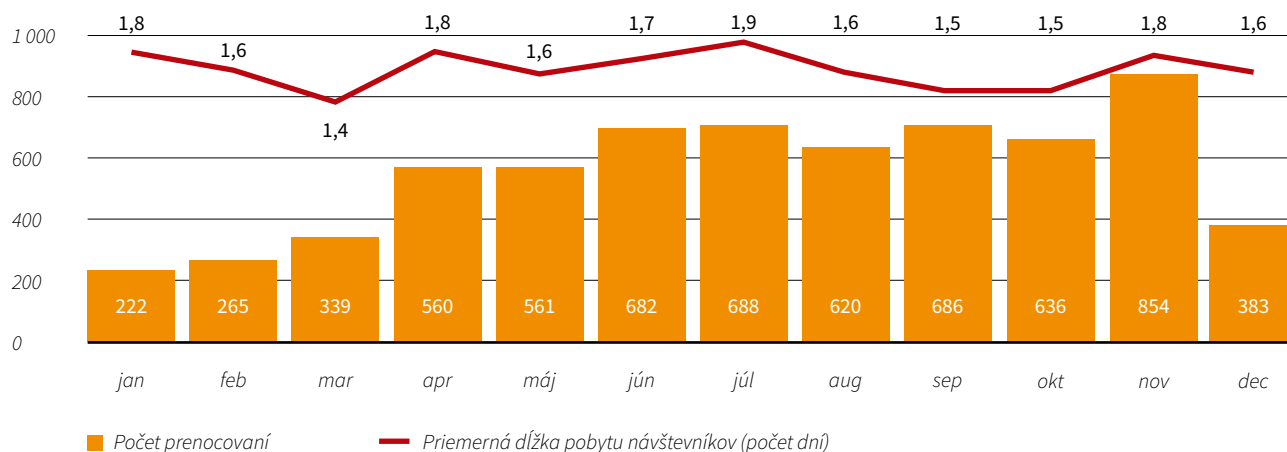
Potenciál predaja regionálnych produktov má v okrese Nitra aj mesto Vrábľe, ktoré malo v roku 2019 o niečo vyšší počet prenocovaní ako Mojmirovce, na celkovom počte prenocovaní okresu sa podieľalo 4 % avšak v tomto roku zaznamenalo 12 %-ný pokles návštevnosti. Veľkú časť prenocovaní návštevníkov v okrese Nitra generujú aj zariadenia v ďalších 15 obciach, v ktorých sa zvýšil počet prenocovaní v porovnaní s predošlým rokom o 89 %. Najvyššia návštevnosť v tejto ostatnej časti okresu Nitra je od apríla do septembra, najmä však v máji a počas letných mesiacov. Predpokladáme, že vysoká návštevnosť sa týka najmä obce Poľný Kesov v súvislosti s prevádzkou Thermal Kesov.

Okres Zlaté Moravce

Členská obec NOCR **Topoľčianky** sa podieľa na návštevnosti okresu Zlaté Moravce 18 %. Najvyššia návštevnosť tejto obce bola v roku 2019 v mesiaci november. Ďalších 9 nečlenských obcí NOCR tvorí polovicu ročného počtu prenocovaní okresu Zlaté Moravce.

Na návštevnosti okresu Zlaté Moravce sa v najväčšej miere podieľa mesto Zlaté Moravce (32 %), ktorá má relatívne vysoký podiel zahraničných návštevníkov (40 %). Ich počet bol v roku 2019 najvyšší v mesiaci február, kedy bol vyšší ako počet domácich návštevníkov. Na rozdiel od väčšiny obcí má táto obec najvyššiu návštevnosť nie len v mesiaci júl ale ešte vyššiu v mesiaci február a marec.

Graf: Počet prenocovaní a priemerná dĺžka pobytu návštevníkov v Topoľčiankach v roku 2019



Zdroj: Vlastné spracovanie na základe údajov Štatistického úradu SR, 2020.

Okres Topoľčany

Na návštevnosti okresu Topoľčany sa podieľajú najmä nečlenské obce NOCR Prašice (39 %) a Topoľčany (16 %) z celkového počtu prenocovaní v okrese. 45 % prenocovaní v okrese tvorí ďalších 12 obcí, v ktorých sú prevádzkované ubytovacie zariadenia, vrátane členskej obce NOCR **Bojná** (diskrétny údaj ŠÚSR). Obec Prašice je navštevovaná najmä počas predĺženej letnej turistickej sezóny (máj – október), najvýraznejšie počas prázdninových mesiacov júl a august, čo je dané predovšetkým významným kultúrno-historickým potenciálom obce a okolia pre pobytu rodín s deťmi. Počas letných mesiacov mala táto obec v roku 2019 najdlhšiu priemernú dĺžku pobytu a to až 4,4 dňa v mesiaci júl a 3,5 dňa v mesiaci august.

B2. Ubytovacie zariadenia v destinácii

V regióne Ponitrie je spolu 112 ubytovacích zariadení s celkovým počtom stálych lôžok 4939. 44 % lôžkovej kapacity sa nachádza na území členských obcí NOCR (väčšina v meste Nitra). V roku 2019 sa táto kapacita mierne znížila vo všetkých členských obciach (Nitra, Mojmírovce a Topoľčianky).

Tabuľka: Ubytovacie zariadenia v destinácii a ich kapacita v roku 2019

Okres	Člen NOCR	Obec	Počet ubytovacích zariadení	Počet stálych lôžok	Zmena stálych lôžok 19/18	Podiel lôžok okres	Podiel lôžok Ponitrie
Nitra	áno	Nitra	34	1 889	- 2 %	65%	38 %
	áno	Mojmírovce	3	126	- 6 %	4%	3 %
	nie	Vráble	4	70	0	2%	1 %
	nie	Báb, Cabaj-Čápor, Čakajovce, Horné Lefantovce, Jelenec, Jelšovce, Kolíňany, Lužianky, Malý Lapáš, Paňa, Poľný Kesov, Svätoplukovo, Veľké Zálužie, Veľký Lapáš, Zbehy	20	813	+ 12 %	28%	16 %
	Okres Nitra spolu			61	2 898	+1 %	100%
Topoľčany	nie	Topoľčany	5	305	- 8 %	23%	6 %
	nie	Prašice	14	453	+ 8 %	35%	9 %
	áno	Bojná					
	nie	Jacovce, Krušovce, Ludanice, Oponice, Podhradie, Radošina, Rajčany, Solčany, Tesáre, Tovarníky, Veľké Ripňany	13	548	+ 52 %	42 %	11 %
	Okres Topoľčany spolu			32	1306	+ 17 %	100 %
Zlaté Moravce	áno	Topoľčianky	5	157	- 6 %	21 %	3 %
	nie	Zlaté Moravce	4	151		21 %	3 %
	nie	Beladice, Čierne Kľačany, Jedľové Kostolany, Kostolany pod Tribečom, Obyce, Skýcov, Tekovské Nemce, Tesárske Mlyňany, Volkovce	10	427	+ 23 %	58 %	9 %
	Okres Zlaté Moravce spolu			19	735	+15 %	100 %
SPOLU NOCR (bez obce Bojná)			42	2 172	- 3 %		44 %
SPOLU PONITRIE			112	4 939	+ 7 %		100 %

Zdroj: Vlastné spracovanie na základe údajov Štatistického úradu SR, 2020.

Tržby členských obcí tvoria až 62 % tržieb v regióne, v porovnaní s rokom 2018 klesli v roku 2019 tržby v meste Nitra a Topoľčianky. V porovnaní s ostatnými obcami v regióne sú však v členských obciach NOCR v priemere vyššie výdavky návštevníkov na prenocovanie, nielen domácich ale aj zahraničných.

Tabuľka: Tržby ubytovacích zariadení v destinácii v roku 2019

Okres	Člen NOCR	Obec	Tržby návštevníkov zariadení			Ø Tržba/prenocovanie			Ø tržby/ lôžko
			Spolu 2019	Podiel okres	Podiel Ponitrie	Spolu	Domáci návš.	Zahraniční návš.	
Nitra	áno	Nitra	6 025 117 €	74%	56%	34 €	24 €	45 €	3 190 €
	áno	Mojmírovce	359 741 €	4%	3%	41 €	41 €	37 €	2 855 €
	nie	Vráble	298 340 €	4%	3%	25 €	25 €	25 €	4 262 €
	nie	Báb, Cabaj-Čápor, Čakajovce, Horné Lefantovce, Jelenec, Jelšovce, Koliňany, Lužianky, Malý Lapáš, Paňa, Poľný Kesov, Svätoplukovo, Veľké Zálužie, Veľký Lapáš, Zbehy	1 406 266 €	17%	13%	20 €	19 €	23 €	1 730 €
Okres Nitra spolu			8 089 464 €	100%	75%	30 €	23 €	40 €	2 791 €
Topoľčany	nie	Topoľčany	318 367 €	19%	3%	24 €	21 €	36 €	1 044 €
	nie	Prašice	535 509 €	31%	5%	16 €	16 €	17 €	1 182 €
	áno	Bojná							
	nie	Jacovce, Krušovce, Ludanice, Oponice, Podhradie, Radošina, Rajčany, Solčany, Tesáre, Tovarníky, Veľké Ripňany	861 855 €	50%	8%	23 €	19 €	35 €	1 573 €
Okres Topoľčany spolu			1 715 731 €	100%	16%	21 €	18 €	29 €	1 314 €
Zlaté Moravce	áno	Topoľčianky	255 796 €	28%	2%	39 €	35 €	46 €	1 629 €
	nie	Zlaté Moravce	302 078 €	33%	3%	27 €	25 €	29 €	2 001 €
	nie	Beladice, Čierne Kľačany, Jedľové Kostofany, Kostofany pod Tribečom, Obyce, Skýcov, Tekovské Nemce, Tesárske Mlyňany, Volkovce	352 215 €	39%	3%	12 €	16 €	44 €	825 €
	Okres Zlaté Moravce spolu			910 089 €	100%	8%	26 €	21 €	37 €
SPOLU NOCR (bez obce Bojná)			6 640 654 €		62%	34 €	25 €	45 €	3 057 €
SPOLU PONITRIE			10 715 284 €			28 €	22 €	39 €	2 170 €

Zdroj: Vlastné spracovanie na základe údajov Štatistického úradu SR, 2020.

Okres Nitra

Najväčšia hustota ubytovacích kapacít je v meste **Nitra** (34 zariadení a takmer 1900 stálych lôžok), čím sa mesto Nitra podieľa na kapacite celého regiónu až 38 % a na kapacite okresu až 65 %. Tvorí tiež 87 % lôžok v rámci členských obcí NOCR. Počet lôžok sa v porovnaní s rokom 2018 mierne znížil, čo mohlo súvisieť aj s už uvedeným zníženým dopytom návštevníkov. Priemerné ročné využitie stálych lôžok bolo v roku 2019 na úrovni 24 %. Ako už bolo uvedené, mesto má vysoký počet zahraničných návštevníkov a ich priemerné výdavky na prenocovanie sú na najvyššej úrovni spomedzi všetkých obcí regiónu a to 45 € na prenocovanie, čo vyplýva aj z vyššieho rozsahu poskytovaných služieb (rozmanitosti zariadení a ich kvality). Výdavky domácich návštevníkov sa približujú priemeru v rámci regiónu (24 € na prenocovanie).

V obci **Mojmírovce** sa pri raste počtu prenocovaní (o 49 %) prejavilo zníženie počtu lôžok vo vyššou využití ubytovacej kapacity (hrubé ročné využitie stálych lôžok sa zvýšilo z 11 % v roku 2018 na 19 % v roku 2019). V tejto obci sú najvyššie priemerné výdavky návštevníkov zo všetkých obcí v regióne, a to až 41 € na prenocovanie, čo je dané vysokými priemernými tržbami domácich návštevníkov, pretože ako už bolo uvedené, počet prenocovaní zahraničných návštevníkov je v tejto obci

v porovnaní s ostatnými zanedbateľný.

Ubytovacími zariadeniami disponujú v okrese Nitra ďalej mesto Vráble (nečlenská obec NOCR), ktoré má zároveň najvyššie priemerné ročné využitie stálych lôžok (až 47 %), čo súvisí aj s vyrovnaným vývojom návštevnosti počas jednotlivých mesiacov roka v porovnaní s ostatnými menšími mestami a obcami v regióne. Jedna tretina lôžkovej kapacity okresu Nitra sa nachádza v ďalších 15 nečlenských obciach NOCR (20 zariadení), najvyššiu kapacitu predpokladáme v obci Poľný Kesov. Výdavky návštevníkov sú nižšie ako priemer regiónu aj okresu a to v prípade domácich aj zahraničných návštevníkov.

Okres Topoľčany

Najviac ubytovacích kapacít v okrese sa nachádza v obci Prašice (14 zariadení a 453 lôžok). V tejto obci sa zvýšil počet prenocovaní v roku 2019 o 19 % a aj počet stálych lôžok o 8 %. Navštevovaná je však prevažne domácimi návštevníkmi, ktorých priemerné výdavky sa nachádzajú výrazne pod priemerom okresu aj regiónu, a to len na úrovni 16 € na prenocovanie. Druhou lokalitou s najvyšším počtom zariadení je mesto Topoľčany (5 zariadení s kapacitou 305 lôžok). Výdavky návštevníkov zariadení sú vyššie ako v obci Prašice, ale tiež pod regionálnym priemerom.

Polovica lôžok v okrese sa nachádza v ďalších 12-tich obciach vrátane členskej obce NOCR Bojná. Spolu sa tu nachádza 13 ubytovacích zariadení, ktoré generujú spolu 45 % prenocovaní v okrese. Predpokladáme, že na vysokej návštevnosti sa podieľa najmä obec **Bojná** a na prenocovaniach zahraničných návštevníkov obec Oponice, čo sa prejavuje aj na vysokých priemerných výdavkoch zahraničných návštevníkov (35 € na prenocovanie).

Okres Zlaté Moravce

Pokles lôžok v obci **Topolčianky** je spojený aj s poklesom počtu prenocovaní (o 20 %). Pri porovnaní v rámci okresu Zlaté Moravce má obec Topolčianky rovnaký počet lôžok ako mesto Zlaté Moravce, avšak počet prenocovaní je v meste Zlaté Moravce o dve tretiny vyšší, čo sa zároveň prejavuje na vyššom priemernom využití ubytovacej kapacity (hrubé priemerné využitie v obci Topolčianky bolo v roku 2019 len okolo 11 % a v meste Zlaté Moravce bolo na úrovni 21 %).

Topolčianky aj Zlaté Moravce majú vysoký podiel zahraničných návštevníkov, v obci Topolčianky dosahujú ich priemerné výdavky najvyššiu úroveň regiónu (46 € na

prenocovanie). Vysoké sú tu aj výdavky domácich návštevníkov (v poradí na druhom mieste v rámci regiónu za obcou Mojmirovce), a to 35 € na prenocovanie.

Väčšina ubytovacích kapacít okresu (58 %) je lokalizovaná v ďalších 9 obciach okresu (spolu 10 zariadení s kapacitou 427 stálych lôžok). V obciach sú najnižšie výdavky návštevníkov z celého regiónu a to len 12 € na prenocovanie, čo súvisí s rozsahom a kvalitou poskytovaných služieb. V týchto obciach sú síce vysoké výdavky zahraničných návštevníkov, avšak podiel týchto návštevníkov na prenocovaniach obcí je len 16 %.

CERTIFIKOVANÉ UBYTOVANIE NA VIDIEKU

Okrem zariadení, ktoré sú držiteľom značky RP Ponitrie je v Nitrianskom kraji zavedená značka „certifikované ubytovanie na vidieku“, ktoré sú tematicky rozdelené do 4 kategórií (kultúra a vzdelávanie, pobyt pri vode, turistika a viacúčelové ubytovanie). Do systému certifikovaného ubytovania na vidieku je celkovo zapojených 48 ubytovacích zariadení, z toho najviac v okrese Nové Zámky (14), Levice (9) a Nitra (8). Najmenej zariadení je z okresov Šaľa(2) a Topolčany (3) (PRÍLOHA 2).

B3. Prepojenie regionálnej produkcie s destinačnou ponukou

Možnosti tvorby zážitkových produktov regionálnych producentov

Ponuka regionálnych producentov so značkou Regionálny produkt Ponitrie (existujúcich a potenciálnych) – potenciálu producentov sprostredkovať zážitok a byť zaradení do produktu destinácie (napr. workshopy, prehliadky, exkurzie vo výrobe a pod.) je bohatá nie len na jedinečné potravinárske výrobky ale aj remeslá a umelecké výrobky.

Tabuľka: Možnosti tvorby zážitkových produktov regionálnych producentov - okres Nitra

Subjekt	Typ produktu	Produkt/skupina produktov/typ služby	Možnosť zapojenia do zážitkového produktového balíčka
Ing. František Horník	potravinársky	včelí med	Prezentácia spracovania produktov a ochutnávka výrobkov
Kozárová Marta	poľnohospodársky	tekvicové jadierka (skupina produktov)	Prezentácia spracovania produktov a ochutnávka výrobkov, návšteva prevádzky
<i>Potenciál: oleje lisované za studena (exkurzie do výroby/lisovanie olejov)</i>			
Ing. Erika Mésarošová	potravinársky	kravské mlieko	
<i>Potenciál: kravský syr a výrobky z kravského mlieka - ukážky spracovania syra, zážitkové jazda a putovanie na koni v teréne</i>			
Jozef Bojda	potravinársky	včelí med a peľ	Prezentácia spracovania produktov a ochutnávka výrobkov
Miroslav Skovajsa	potravinársky	tekutý výťažok z chilli papričiek	Prezentácia výrobkov spojená s ochutnávkou
Peter Šrank	remeselný	umelecké rezbárstvo - výroba drevených sôch a reliéfov	Prezentácia a ukážka práce s drevom, návšteva Dvora u rezbára situovaného vo iniciách
<i>Potenciál: organizovanie rezbárskych sympózií a workshopov v Dvore u rezbára na Malom Lapáši</i>			
Michal Demo	remeselný	drevené suveníry, šperky, hračky a netypické doplnky	Prezentácia a ukážka práce s drevom
Ing. Miloš Kožák	potravinársky	Kvetový med pastovaný, agátový med, včelí peľ	Prezentácia spracovania produktov a ochutnávka výrobkov
Ing. Ľubomír Rybárik ALCEDO	potravinársky	víno	Návšteva vínnej pivnice Prezentácia a ochutnávka vín s výkladom

Tabuľka: Možnosti tvorby zážitkových produktov regionálnych producentov - okres Topoľčany

Subjekt	Typ produktu	Produkt/skupina produktov/typ služby	Možnosť zapojenia do zážitkového produktového balíčka
Ivona Šišková	remeselný	smaltované šperky a šperky z keramiky	Tvorivé dielne a workshopy
Jaroslav Božik	potravínarský	chlieb jacovský zemiakový pšeničný; osúch jacovský cesnakový	Prehliadka prevádzky spojená s ochutnávkou produktov
Poľnohospodárske družstvo „Radošinka“	potravínarský	Víno	Návšteva vínnej pivnice Prezentácia a degustácia vín s výkladom
Sladké dobroty s.r.o.	potravínarský	solčiansky skladaník	Ochutnávka spojená s výkladom
Dušan Beláň BESAI	služby	ubytovacie a stravovacie služby, zážitkový rybolov a návšteva zverince	Návšteva areálu Ranču pod Babicom, zážitkový rybolov, prehliadka zverinca
UHEX s.r.o.	služby	zážitkové výlety na koňoch	Prehliadka Ranča Y, zážitkové výlety na koňoch
Ing. Viliam Uhlár SHR-VÍNO-UHLÁR	potravínarský	víno	Návšteva vínnej pivnice Prezentácia a degustácia vín s výkladom

Tabuľka: Možnosti tvorby zážitkových produktov regionálnych producentov - okres Zlaté Moravce

Subjekt	Typ produktu	Produkt/skupina produktov/typ služby	Možnosť zapojenia do zážitkového produktového balíčka
H2G, s.r.o.	potravínarský	víno	Návšteva vínnej pivnice Prezentácia a degustácia vín s výkladom
<i>Potenciál: ubytovacie služby</i> <i>Ubytovanie v nádhernom a tichom prostredí vinohradov priamo v areáli vinárstva s kapacitou 20 lôžok. Pre ubytovaných je k dispozícii altánok s možnosťou grilovania. V priestoroch vinohradu v lone prírody je možnosť zabezpečiť rôzne spoločenské podujatia, ako napríklad degustácie vín, firemné podujatia a iné, ale najmä zažiť atmosféru, vidieť a možno si aj vyskúšať starostlivosť o vinohrad a samotnú výrobu vína.</i>			
Martina Koášová – ORLOWSKY	potravínarský	víno	Návšteva vínnej pivnice Prezentácia a degustácia vín s výkladom
Koáš winery Slepčany – rodinné vinárstvo <i>Potenciál: ubytovacie služby a vinárske produkty</i>			
Hradná stráž, s.r.o.	služby	ubytovacie, stravovacie služby	Ochutnávka regionálnych jedál Ubytovacie služby
BERAMED s.r.o.	potravínarský	Tekovská medovina	Prehliadka prevádzky spojená s ochutnávkou produktov
CERA MEL s.r.o.	potravínarský, služby (zážitok)	Med a medové produkty Zážitková návšteva včelej farmy	Prezentácia spracovania produktov a ochutnávka výrobkov
<i>Potenciál: medové produkty, medovina, medové mňamky, medové dobroty</i> <i>Zážitková návšteva včelej farmy: Návšteva Včelej farme v obci Choča, ktorá sprostredkováva interaktívny zážitok pre domácich aj zahraničných návštevníkov všetkých vekových kategórií, má edukatívny a interaktívny charakter zároveň, nakoľko ponúka širokú škálu aktivít, od ochutnávky medu a medových produktov, až po nahliadnutie do výroby medovej kozmetiky a medových dobrôt. Neodmysliteľnou súčasťou a nosnou myšlienkou zážitku na Včelej farme je prezentácia tradície a poslania včelárstva, hlavne pre mladšie generácie návštevníkov a to pri priamom kontakte návštevníkov s včelami vo včelnici, ktorý prebieha pod dohľadom skúseného včelára.</i>			
Mgr. Juraj Koprda	služby	Ubytovacie služby	Ubytovacie služby

Návrh zážitkových programov využíva zoznam existujúcich certifikovaných producentov a ich produktov, ktorý je už aj v tomto čas bohatý a je predpoklad jeho ďalšieho rozširovania do budúcnosti. Zoznam certifikovaných producentov bude v priebehu ďalších ukončených výziev pravidelne aktualizovaný.

Na základe skúseností Koordinátora by mohli uvedení producenti prejavovať záujem byť súčasťou programov pre návštevníkov a sú pripravení prezentovať svoju činnosť spojenú s ukázkami výroby ako aj ochutnávkou produktov. S niektorými producentmi má NOCR aj praktické skúsenosti v rámci prezentácie v programoch pre návštevníkov, a postupne sa budú do programov zapájať aj ďalší producenti.

RÁMCOVÝ NÁVRH ZÁŽITKOVÝCH PROGRAMOV/PRODUKTOVÝCH BALÍČKOV

Zážitkové programy/ produktové balíčky sú navrhnuté na základe vykonanej analýzy s dôrazom na poslanie, víziu a ciele NOCR. Do programov sú zapojené subjekty cestovného ruchu, členovia NOCR podieľajúci sa na tvorbe zaujímavých projektových zámerov pre podporu cestovného ruchu a certifikovaní producenti ako aj subjekty. Jednoduchové ako aj viacdňové programy sú zložené z čiastkových programov, ktoré je možné vyskladať do uceleného programu ale je ich možné ponúknuť aj čiastkovo ako alternatívu pre návštevníkov regiónu.

POLDŇOVÉ A JEDNODŇOVÉ PRODUKTOVÉ BALÍČKY:

Nové témy:

✓ Remeslo je umenie, zameranie len na ľudovoumeleckých umeleckých výrobcov a iných remeselníkov aj v modernejšom spôsobe výroby

✓ Medová cesta/ cesty medu = zameranie nie len na producentov medu a medoviny ale aj produkty z medu

✓ Dary z pôdy Ponitria = zameranie na ostatné produkty najmä poľnohospodárske prvoprodukty; mlieko, sry a pod.

Prepojenie na už navrhnuté línie:

Cesta za poznaním vína

Ponitrie na koni (Ponitrie zo sedla)

Cyrilometodská tradícia

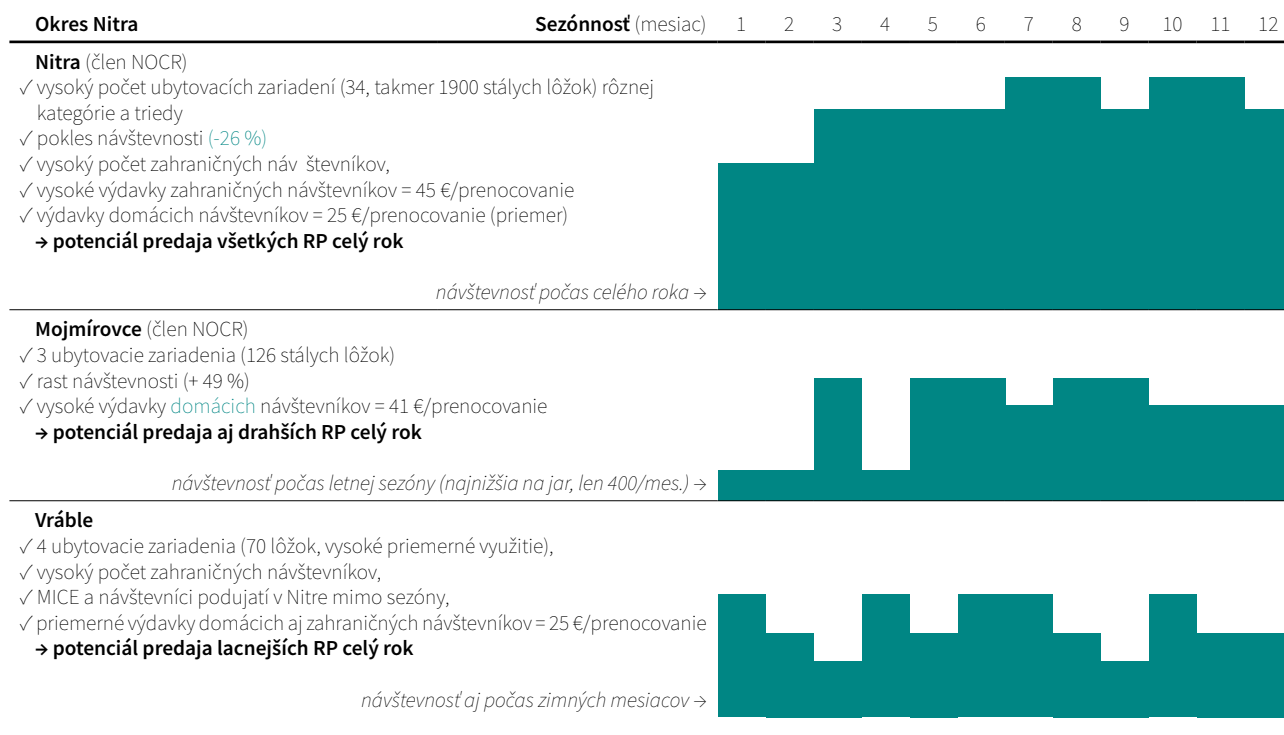
LOKALIZÁCIA ZÁŽITKOVÝCH PROGRAMOV (PRODUKTOVÝCH BALÍČKOV) s prepojením na turistické body záujmu

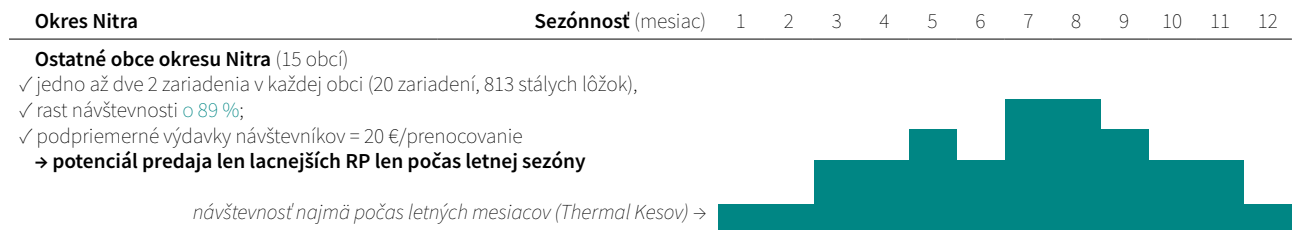
1/ Topoľčianky	Hradná Stráž – Beramed – Zubria obora – Topoľčiansky park
2/ Bojná	Ranč pod Babicou – Múzeum Bojná – Archeoskanzen
3/ Solčany – Tesáre	Ranč Y – Solčiansky skladaňík – Pivnica Tesáre (Vino Uhlár)
4/ Radošina – Nitrianska Blatnica	PD Radošina – Rotunda Sv. Juraja – Náučný chodník Považský Inovec
5/ Cesta Požitavím	Choč (včelárstvo rodiny Grgulových) – Tesárske Mlyňany (penzión Granarollo) + H2G (vinárstvo Nevidzany)
6/ Cesta Dolnou Nitrou	Dvor u rezbára (Malý Lapáš) – Tekvička (Malý Cetín)

Regionálne produkty v ponuke destinácie

Potenciál predaja regionálnych produktov v obciach je zhodnotený podľa charakteristík návštevnosti vyplývajúcej z údajov Štatistického úradu SR a výberu zariadení v regióne vhodných pre predaj regionálnych produktov priamo návštevníkov (miesto predaja). Zohľadnené boli údaje o počte návštevníkov počas roka (v jednotlivých mesiacoch), ich štruktúre (domáci a zahraniční) a výdavky návštevníkov na prenocovanie, ktoré vyplývajú zo štruktúry zariadení. V rámci systému certifikovaného ubytovania na vidieku boli identifikované konkrétne zariadenia, ktoré by boli svojim zameraním, segmentom a počtom návštevníkov vhodným predajným miestom pre certifikované produkty regionálny produkt PONITRIE (opis PRÍLOHA 4).

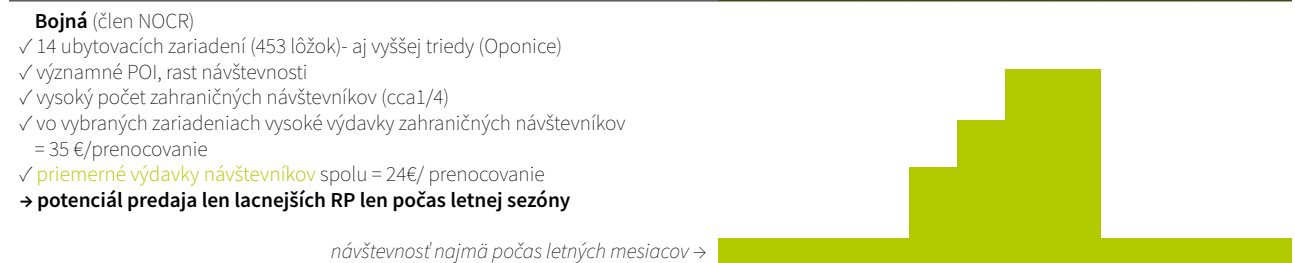
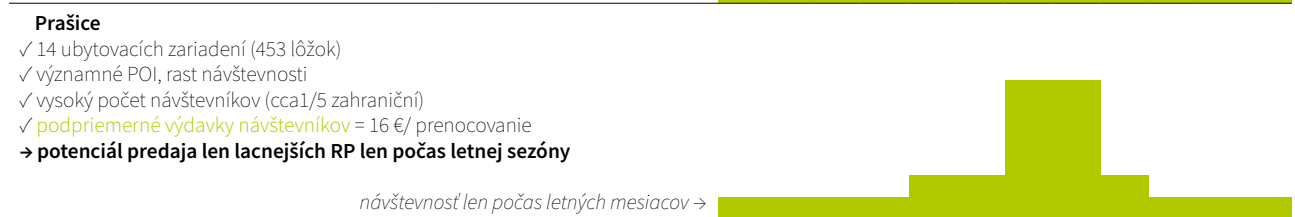
Najväčší potenciál pre rovnomerný predaj regionálnych produktov vo všetkých cenových úrovniach a počas celého roka má z členských obcí NOCR **mesto Nitra**. Mimo hlavnej turistickej sezóny sa predpokladá dopyt po regionálnych produktoch (ale iba lacnejších) aj v meste **Vráble, Topoľčany a Zlaté Moravce**, kde sú v tomto období ubytovaní návštevníci väčších podujatí organizovaných v Nitre. Väčšina zariadení v ostatných obciach má potenciál rozsiahlejšieho predaja len počas letnej turistickej sezóny a len lacnejších regionálnych produktov okrem ubytovacích zariadení vyššej kategórie a triedy v obci **Mojmírovce, Topoľčianky, Beladice a Oponice**, kde sa predpokladá dopyt aj po produktoch s vyššou cenou (tiež najmä počas letnej sezóny).





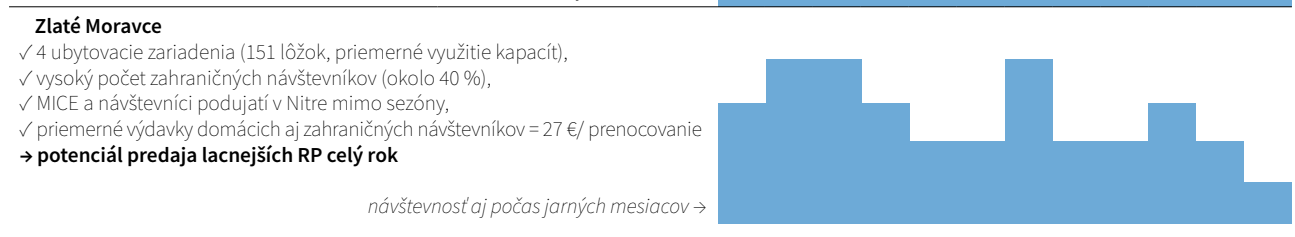
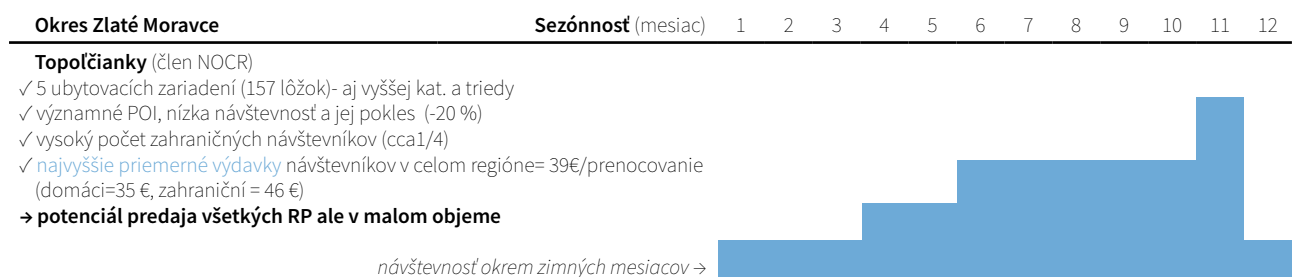
Vhodné zariadenia pre predaj regionálnych produktov na vidieku (výber z „Certifikované ubytovanie na vidieku“):

Mojmírovce:	Kaštieľ Mojmírovce, Penzión Bruder
Cabaj-Čápor:	Penzión Salaš Cabaj, Ranč Nové Sedlo
Veľké Zálužie:	Terra Wylak Vinárstvo & Penzión
Lúčnica nad Žitavou:	Ubytovanie Hoppy



Vhodné zariadenia pre predaj regionálnych produktov na vidieku (výber z „Certifikované ubytovanie na vidieku“):

Oponice: Chateau Appony ****



Ostatné obce okresu Zlaté Moravce (9 obcí)

- ✓ 10 ubytovacích zariadení (427 lôžok) - aj vyššej triedy
- ✓ rast návštevnosti
- ✓ vo vybraných zariadeniach vysoké výdavky zahraničných návštevníkov
= 44 €/prenocovanie (ale ich počet je veľmi nízky)
- ✓ priemerné výdavky návštevníkov spolu sú najnižšie v celom regióne
= 12 €/prenocovanie

→ **potenciál predaja len lacnejších RP len počas letnej sezóny**

návštevnosť najmä počas letných mesiacov →

**Vhodné zariadenia pre predaj regionálnych produktov na vidieku (výber z „Certifikované ubytovanie na vidieku“):**

Topoľčianky: Hotel Hradná stráž ****, Poľovnícky zámok Topoľčianky, Penzion Chateau Topoľčianky

Jedľové Kostolany: Areál zdravia

Tesárske Mlyňany: Penzión Granarollo

Výber ďalších zariadení mimo územnej pôsobnosti značky RP PONITRIE a NOCR, avšak v rámci sieťovania, spolupráce a odbytu regionálnych produktov s významným postavením v rámci Nitrianskeho samosprávneho kraja sú obsahom PRÍLOHY 5.

Cestovný ruch v Nitre v číslach za rok 2019

- 7 pahorkov Nitry, krásne výhľady z Nitry a na Nitru („fotogenické“ mesto)
- 5 múzeí a 4 galérie, 3 divadlá
- 143 ha výstavného areálu s 15 pavilónmi
- 280 525 prenocovaní, 34 ubytovacích zariadení, 1 991 lôžok
- 6 500 stálych miest v stravovacích zariadeniach a 2500 sezónnych miest
- 193 048,- € príjmy z dane za ubytovanie
- 6 025 117,- € tržby návštevníkov v ubytovacích zariadeniach
- 3 190,- € priemerné tržby/ lôžko
- 12 736 študentov na univerzitách
- 42 výstav a veľtrhov na výstavisku Agrokomplex
- 73 971 návštevníkov Nitrianskeho hradu
- 692 347 návštevníkov výstaviska Agrokomplex
- 61 495 návštevníkov Letného kúpaliska v Nitre
- 3 500 odsprevádzaných návštevníkov
- 23 mestských športovísk
- 141 kultúrnych podujatí
- 96 športových podujatí
- 13 088 výpožičiek bikesharing



C1. Vízia

Destinácia, ktorú spravuje NOCR je vďaka sieti spolupracujúcich destinačných partnerov a nezabudnuteľnej starostlivosti vyhľadávaným výletným miestom za poznaním koreňov Slovanstva, kresťanstva, Nitrianskej vinohradníckej oblasti, atraktívneho vidieckeho okolia s ponukou kvalitných a autentických regionálnych produktov.

C2. Strategické ciele a opatrenia

Strategická oblasť	Strategický cieľ
1 Inštitucionálne zabezpečenie riadenia destinácie (NOCR ako manažérska autorita)	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, Zlaté Moravce a Topoľčany), ktorí navzájom tvoria spolupracujúcu sieť.
2 Destinačný manažment zameraný na jedinečné produktové línie destinácie	Región Nitra je vyhľadávanou destináciou vďaka ponuke unikátnych destinačných produktov postavených na atribútoch mestskej a regionálnej identity.
3 Nitra - incentívna a kongresová destinácia	Nitra plne využíva potenciál koncentrácie výstavníctva, priemyslu, vysokého školstva a unikátnej incentívnej ponuky pre ekonomický prospech svojich destinačných partnerov.
4 Cieleny destinačný marketing	Destinácia využíva prvky modernej destinačnej komunikácie na segmenty, ktoré sú pre ňu relevantné, a ktorých potreby pozná.
5 TOP návštevnícky servis	Destinácia dosahuje vysokú návratnosť návštevníkov – výletníkov – vďaka nezabudnuteľnej starostlivosti a komunikácii pred, počas a po pobyte a predlžuje im pobyt v destinácii.
6 Identita mesta a komunikačná stratégia mesta ako mestskej destinácie v cestovnom ruchu	Mesto má jasne definovanú identitu a jednotnú komunikačnú stratégiu mesta vo vzťahu k domácejmu a európskemu návštevníkovi.
7 Udržateľné celoživotné vzdelávanie aktérov cestovného ruchu s ohľadom na potreby rozvoja cestovného ruchu	Mesto v spolupráci s NOCR zabezpečuje udržateľný model vzdelávania pre rôzne cieľové skupiny aktérov cestovného ruchu s ohľadom na potreby rozvoja nových produktov a segmentov návštevníkov
8 Produktové línie a atraktívna ponuka pre domáceho a európskeho návštevníka 21. storočia	Mesto Nitra je vyhľadávanou mestskou destináciou pre návštevníkov vďaka bohatej ponuke jedinečných kultúrnych, kreatívnych a regionálnych produktov založených na podnikavosti, inovatívnosti a udržateľnom prístupe miestnych aktérov cestovného ruchu

Strategická oblasť 1

Inštitucionálne zabezpečenie riadenia destinácie (NOCR ako manažérska autorita)

Strategický cieľ	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, Zlaté Moravce a Topoľčany), ktorí navzájom tvoria spolupracujúcu sieť.
Problémová oblasť	Operatívny cieľ
1.1 Územná pôsobnosť NOCR a spolupráca	Destinácia Nitra je dostatočne rozšírená do okolia Nitry a riadenie mestskej subdestinácie je jednotné.
1.2 Výkonostné dáta pre rozhodovanie v destinácii	Destinácia má zabezpečený systematický zber dát pre rozhodovanie a pravidelne aktívne s nimi pracuje.
1.3 Servis členom organizácie NOCR	Členská základňa NOCR je dostatočne rozšírená a vzájomné presieťovanie členov aktivitami prináša príležitosti pre rozvoj destinácie.
1.4 Public relations (PR) organizácie NOCR	NOCR je vnímaná ako autorita pre cestovný ruch a medzi nečlenmi má dostatočnú informovanosť o aktivitách a výsledkoch práce.

Problémová oblasť		1.1. Územná pôsobnosť NOCR a spolupráca
Operatívny cieľ	<i>Destinácia Nitra je dostatočne rozšírená do okolia Nitry a riadenie mestskej subdestinácie je jednotné.</i>	
<i>Opatrenie</i>		<i>Časový rámec</i>
1.1.1	Prehodnotiť členské príspevky pre maximalizáciu štátnej dotácie pre destináciu a členské príspevky previazať na systém členských benefitov.	2020 - 2025
1.1.2	Aktívny nábor ďalších členov NOCR zo súkromného sektora, samospráv a tretieho sektora do NOCR, a to na úrovni všetkých členských subdestinácií.	2021 - 2022
1.1.3	Zintenzívniť spoluprácu s partnermi na regionálnej úrovni a zamerať ju na konkrétne rozvojové projekty.	2021
1.1.4	Zabezpečiť riadenie systému regionálneho značenia regionálny produkt PONITRIE a jeho udržateľnosť na základe hlavnej dokumentácie systému sieťovania a kvality, t.j. Zásad systému regionálneho značenia, kritérií pre udeľovanie značky a ďalšej základnej dokumentácie.	2020 - 2023

Problémová oblasť		1.2 Výkonostné dáta pre rozhodovanie v destinácii
Operatívny cieľ	<i>Destinácia má zabezpečený systematický zber dát pre rozhodovanie a pravidelne aktívne s nimi pracuje.</i>	
<i>Opatrenie</i>		<i>Časový rámec</i>
1.2.1	Spracovať a destinačne zaviesť metodiku zberu a vyhodnocovania návštevnosti na turistických bodoch záujmu v destinácii, u poskytovateľov služieb návštevníkom a počas podujatí (vrátane zohľadnenia 1-dňovej návštevnosti).	2021 - 2022
1.2.2	Navrhnuť, testovať a realizovať pilotný prieskum (zber informácií) zameraný na zisťovanie spotrebiteľského správania návštevníkov vo vybraných prevádzkach v destinácii u: - členských a spolupracujúcich subjektov NOCR: Nitrianske biskupstvo, TIK Nitra, Hotel Mikado, Kaštieľ Mojmirovce - držiteľov značky RP Ponitrie - Hotel Hradná Stráž ****, Penzión Granarollo, Agroturistické zariadenie Nevidzany, Ranč pod Babicou Cieľom je zistenie preferencií domácich, jednodňových výletníkov, pobytových návštevníkov, vrátane ich sociodemografických charakteristík, záujmu o produkty a zážitkové programy vo všetkých produktoch líniách/témach (vrátane zisťovania dopytu po regionálnych produktoch) v meste Nitra a okolí (na vidieku).	2021 - 2023
1.2.3	Pravidelne zabezpečovať zber dát podľa navrhnutých a overených metodík, rozširovať miesta zberu a zdieľať výsledky medzi destinačnými partnermi.	2022 - 2023
1.2.4	Pravidelne monitorovať, porovnávať a vyhodnocovať vývoj ukazovateľov výkonnosti destinácie podľa údajov Štatistického úradu SR (počet prenocovaní) a údajov obcí podľa výkazu FIN 1-12 (pre účely vybranej dane za ubytovanie).	2022 - 2023
1.2.5	Monitorovať vývoj AIRB&B typu ubytovania v meste Nitra a okolí.	2022 - 2023

Problémová oblasť		1.3 Servis členom organizácie NOCR
Operatívny cieľ	<i>Členská základňa NOCR je dostatočne rozšírená a vzájomné presieťovanie členov aktivitami prináša príležitosti pre rozvoj destinácie.</i>	
<i>Opatrenie</i>		<i>Časový rámec</i>
1.3.1	Zvyšiť intenzitu vzájomnej spolupráce – presieťovania aktivít a produktov medzi členmi NOCR.	2021 - 2023
1.3.2	Odstrániť duplicitné činnosti v riadení a marketingu destinácie, najmä na území mesta Nitry.	2021
1.3.3	Adekvátne rozšíreniu činnosti NOCR so zameraním na systém regionálneho značenia zabezpečovať personálne kapacity NOCR pre jeho riadenie a pre riadenie zážitkových produktov na vidieku (koordinátora regionálneho značenia).	2020 - 2023
1.3.4	Adekvátne ďalšiemu rozširovaniu členskej základne a destinačnej ponuky rozširovať personálne kapacity NOCR. / zaviesť ďalšie pracovné pozície "destinačných manažérov"/.	2021 - 2023

Problémová oblasť		1.4 Public relations (PR) organizácie NOCR
Operatívny cieľ	<i>NOCR je vnímaná ako autorita pre cestovný ruch a medzi nečlenmi má dostatočnú informovanosť o aktivitách a výsledkoch práce.</i>	
<i>Opatrenie</i>		<i>Časový rámec</i>
1.4.1	Budovať pozitívny vzťah verejnosti v destinácii k cestovnému ruchu.	2021 - 2025
1.4.2	Zvyšovať povedomie všetkých aktérov o význame lokálnej/regiónálnej produkcie v ponuke a prezentácii destinácie.	2020 - 2023

Strategická oblasť 2

Destinačný manažment zameraný na jedinečné produktové línie destinácie

Strategický cieľ

Región Nitra je vyhľadávanou destináciou vďaka ponuke unikátnych destinačných produktov postavených na atribútoch mestskej a regionálnej identity.

Problémová oblasť	Operatívny cieľ
2.1 Víno a kulinária	Destinácia je dostatočne spojená s vinárskou témou v meste aj v okolí, ako aj s regionálnymi kulinárskymi zážitkami.
2.2 Veľká Morava - Sakrálna a pútnictvo (Nitra ako slovenský Betlehem)	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. Sakrálna dedičstvo destinácie je dostatočne zážitkovo využité a destinácia sa stáva skutočným Slovenským Betlehemom.
2.3 Univerzitná Nitra	13.000 študentov v meste Nitra je dostatočne integrovaných do života mesta a počet zahraničných študentov medziročne rastie.
2.4 Záhradníctvo a poľnohospodárstvo	Genius loci Mesta Nitra ako centra poľnohospodárstva (Agrokomplex, SPU) a bohaté okolie Nitry na kaštiele, parky a mlyny je dostatočne využité v destinačnej ponuke.
2.5 Zobor	Vrch Zobor ako súčasť zastavení na 7 pahorkoch posilňuje svoje postavenie medzi top atribútmi vnímania Nitry.
2.6 Okolie Nitry	Jedinečné okolie Nitry je integrálnou súčasťou destinačnej ponuky, ktorá sa každý rok dopĺňa a inovuje.
2.7 Vianoce	Stredoveké Vianočné trhy sú dostatočne atraktívne, aby boli dôvodom návštevy mesta a šľachtické Vianoce dôvodom návštevy okolia.
2.8 Destinačné produkty založené na spoznávaní regionálnej produkcie	Destinácia má vytvorenú ponuku zážitkových produktov založených na spoznávaní regionálnych produktov a ich produkcie/výroby.
2.9 Nitra pre skupiny 'Like a local'	Destinačná ponuka ŽIŤ AKO MIESTNY / Like a local je dostatočne atraktívna pre skupiny a ich počet v destinácii medziročne rastie.

Problémová oblasť	2.1. Víno a kulinária
Operatívny cieľ	Destinácia je dostatočne spojená s vinárskou témou v meste aj v okolí, ako aj s regionálnymi kulinárskymi zážitkami.
Opatrenie	Časový rámec
2.1.1 Pokračovať v atraktívnom kalendári top vinárskych eventov v destinácii (Nitriansky vínný festival, Degustácia v DAB, Festival mladých vín, Deň otvorených vín v Chateau Topoľčianky, Chateau Run, Vinobranie Topoľčianky, Vinobus do regiónu)	2020 - 2025
2.1.2 Vytvoriť celoročnú ponuku degustácií vín z Nitrianskej vinohradníckej oblasti v meste Nitra.	2021 - 2022
2.1.3 Pokračovať v budovaní vinárskeho produktu „Vinobus“.	2020 - 2025
2.1.4 Zaviesť vzdelávacie aktivity pre zvýšenie atraktívnosti a kvality gastronomickej ponuky a odborné podujatia pre vinárov.	2022
2.1.5 Neustále inovovať podujatie "Festival chutí" a produkt „Vinobus“, zvyšovať ich odbornú úroveň aj návštevnosť.	2021 - 2025
2.1.6 Vypracovať komplexnú destinačnú ponuku „VÍNO v regióne Nitra“ a samostatne ju formou brožúrky a kampaní propagovať.	2021 - 2022

Problémová oblasť		2.2 Veľká Morava - Sakrálna a pútnictvo (Nitra ako slovenský Betlehem)
Operatívny cieľ	<i>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. Sakrálna dedičstvo destinácie je dostatočne zážitkovo využité a destinácia sa stáva skutočným Slovenským Betlehemom.</i>	
	<i>Opatrenie</i>	<i>Časový rámec</i>
2.2.1	Navrhnuť a vybudovať celoročnú ponuku zážitkových programov pre rodiny s deťmi na báze cyrilo-metodejskej tradície na viacerých miestach v destinácii a samostatne ju propagovať.	2022
2.2.2	Intenzívnejšie využiť možnosti "Cyrilo-metodejskej pútnickej trasy".	2021 - 2025
2.2.3	Vytvoriť destinačnú pracovnú skupinu k tvorbe produktu „Nitra – Slovenský Betlehem“.	2021 - 2022
2.2.4	Navrhnuť a vybudovať celoročnú ponuku zážitkových programov pre seniorov spojenú s poznávaním kresťanskej histórie destinácie a samostatne ju propagovať.	2021 - 2022
2.2.5	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
2.2.6	Maximálne využiť pre podporu predaja destinácie Mariánsku púť 15.8.	2022
2.2.7	Podporovať aktivity v rámci sprístupnenie diecéznej knižnice pre návštevníkov. Inicovať predĺženie otváracích hodín pre verejnosť.	2020
2.2.8	Intenzívnejšie využiť možnosti "Svätojakubskej" pútnickej trasy".	2022 - 23

Problémová oblasť		2.3 Univerzitná Nitra
Operatívny cieľ	<i>13.000 študentov v meste Nitra je dostatočne integrovaných do života mesta a počet zahraničných študentov medziročne rastie.</i>	
	<i>Opatrenie</i>	<i>Časový rámec</i>
2.3.1	Podporovať bike-mobilitu mladých po meste Nitra.	2020 - 2025
2.3.2	Rozvíjať produkt "likealocal" pre hipsterov - prehliadok s miestnymi, tipmi na miestne podniky, podujatia, skryté zákutia, lokálne produkty a podobne.	2020 - 2023
2.3.3	Vytvoriť aktivity na podporu mladých univerzitných talentov pri rozvoji jednotlivých produktových línií destinácie s prepojením na Kreatívne centrum Martinský vrch a EHMK	2021 - 2025
2.3.4	Podporovať zahraničných študentov informáciami o destinácii pri ich nástupe na štúdium v Nitre.	2021 - 2025
2.3.5	Angažovať študentov ako sprievodcov po pamiatkach mesta a okolia.	2021 - 2025

Problémová oblasť		2.4 Záhradníctvo a poľnohospodárstvo
Operatívny cieľ	<i>Genius loci Mesta Nitra ako centra poľnohospodárstva (Agrokomplex, SPU) a bohaté okolie Nitry na kaštiele a parky je dostatočne využité v destinačnej ponuke.</i>	
	<i>Opatrenie</i>	<i>Časový rámec</i>
2.4.1	Zaviesť prvky interaktivity a zážitkového spoznávania pre expozície Slovenského poľnohospodárskeho múzea v areáli Agrokomplex a vytvoriť tak produkt pre rodiny s deťmi .	2021 - 2023
2.4.2	Vypracovať štúdiu budovania jazdeckej turistiky v destinácii v nadväznosti na Národný žrebčín Topolčianky a okolie Nitry (Mojmírovce, Cabaj-Čápor, Polný Kesov, Podzoborie).	2022 - 2023
2.4.3	Navrhnuť inovatívne kultúrno - historické podujatia vo vzácných parkoch a historických kaštielov.	2021 - 2022
2.4.4	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.	2022
2.4.5	Zapojiť Botanickú záhradu v areáli Slovenskej poľnohospodárskej univerzity do ponuky destinácie	2021 - 2022
2.4.6	Zapojiť do ponuky destinácie mlyny a ich zážitkové produkty (Urmínsky mlyn v Mojmirovciach, Mašekov mlyn vo Vrábľoch)	2021 - 2022
2.4.7	Zapojiť do ponuky včelstvo a medové cesty v prepojení na regionálny produkt Ponitrie	2021 - 2022

Problémová oblasť		2.5 Zobor
Operatívny cieľ		<i>Vrch Zobor ako súčasť zastavení na 7 pahorkoch posilňuje svoje postavenie medzi top atribútmi vnímania Nitra.</i>
<i>Opatrenie</i>		<i>Časový rámec</i>
2.5.1	Vypracovať koncepciu budovania pešej turistiky na území destinácie Nitra región	2021 - 2022
2.5.2	Vytvoriť strategické partnerstvo s Klubom slovenských turistov a spoločne upravovať značenie turistických trás a infraštruktúru pre peších turistov.	2022
2.5.3	Zvýšiť povedomie o Nitre ako o meste na 7 pahorkoch formou aplikácií, hier a zážitkových aktivít.	2021 - 2023
2.5.4	Zvýšiť interaktivitu expozícií Ponitrianskeho múzea a aktívne s ním spolupracovať. Osloviť ich na vstup do NOCR.	2020 - 2021
2.5.5	Podporiť budovanie moderného turistického cieľa – rozhľadne na Zobore	2021 - 2022
2.5.6	Vniesť prvky interaktivity pre náučný chodník s 27 zastaveniami v Zoborských vrchoch.	2022 - 2025
2.5.7	Vytvoriť strategické partnerstvo so Zoborským skrášľovacím spolkom o.z. a CHKO Ponitrie.	2022

Problémová oblasť		2.6 Okolie Nitra
Operatívny cieľ		<i>Jedinečné okolie Nitra je integrálnou súčasťou destinačnej ponuky, ktorá sa každý rok dopĺňa a inovuje.</i>
<i>Opatrenie</i>		<i>Časový rámec</i>
2.6.1	Zapojiť a zatraktívniť produkt Autobusom za zážitkami s prepojením na regionálne produkty Ponitrie a gastronómiu (Za vínom a dobrodružstvom do Topoľčianok, Za históriou a jedlom do Mojímírovíc, Za tradíciou do Bojnej a Nitrianskej Blatnice, Za poznaním na Zoborský kláštor, Do krajiny kvetov a stromov do Arboréta Mlyňany.)	2021 - 2023
2.6.2	Pre každú členskú samosprávu iniciovať a podporovať minimálne jedno ikonické podujatie spojené s jedinečnosťou a výnimočnosťou daného miesta.	2021 - 2023
2.6.3	Vypracovať koncepciu rozvoja jazdeckej turistiky na území destinácie.	2022
2.6.4	Pokračovať v kampani a vypracovať komplexnú destinačnú ponuku SVADBA (napr.: "Ak svadba, tak v Nitre") previazanú na Nitriansky hrad, kostolík Dražovce, romantické (zrekonštruované) kaštiele v okolí, parkové záhrady v okolí Nitra a podobne a samostatne ju propagovať.	2021 - 2022

Problémová oblasť		2.7 Vianoce
Operatívny cieľ		<i>Stredoveké Vianočné trhy sú dostatočne atraktívne, aby boli dôvodom návštevy mesta a šľachtické Vianoce dôvodom návštevy okolia.</i>
<i>Opatrenie</i>		<i>Časový rámec</i>
2.7.1	Podporovať organizovanie zážitkových vianočných trhov v Hornom Meste a na Hrade v „rozprávkovom“ a „stredovekom“ duchu a každoročne ich inovovať.	2021 - 2022
2.7.2	Podporovať organizovanie „šľachtických“ adventných víkendov v kaštieloch v okolí Nitra a každoročne ich inovovať.	2021 - 2025
2.7.3	Vypracovať destinačnú ponuku „VIANOCE v regióne Nitra“ a samostatne ju propagovať.	2021 - 2025

Problémová oblasť		2.8 Destinačné produkty založené na spoznávaní regionálnej produkcie
Operatívny cieľ		<i>Destinácia má vytvorenú ponuku zážitkových produktov založených na spoznávaní regionálnych produktov a ich produkcie/výroby.</i>
<i>Opatrenie</i>		<i>Časový rámec</i>
Vytvorenie novej produktovej línie „regionálne zážitky s remeslom, na farme a u výrobcu“:		
2.8.1	Oslovenie producentov, ktorí sú držiteľmi značky RP Ponitrie pre poskytovanie zážitkových programov (balíčkov) so zameraním na nosné témy produktovej línie: - Remeslo je umenie (= kreatívne Ponitrie), zameranie len na ľudovomeleckých výrobcov a iných remeselníkov aj v modernejšom spôsobe výroby; - Medová cesta/ cesty medu = zameranie nie len na producentov medu a medoviny ale aj produkty z medu (Sočiansky skladaník), - Dary pôdy Ponitria = zameranie na ostatné produkty najmä tekvicové oleje; mlieko, sýry a pod. Prepojenie na už navrhnuté línie (Cesta za poznaním vína, Ponitrie na koni -Ponitrie zo sedla, Cyrilometodská tradícia)	2021 - 2022

2.8.2	Tvorba pilotných niekoľkohodinových zážitkových programov pre jednodňového návštevníka (vrátane domáceho obyvateľa) aj ubytovaných hostí Tvorba programu pre organizované skupiny návštevníkov a menšie individuálne skupiny (dvojice a viac) vrátane kalkulácie základnej predajnej ceny (cena producenta, náklady na ďalšie služby- doprava a i.)	2020 - 2021
2.8.3	Priebežné mapovanie producentov regionálnych produktov a ich možností vytvárať zážitkové programy v procese udeľovania práv na používanie značky RP Ponitrie a tvorba nových zážitkových programov v nosných témach (príp. vytvorenie nových nosných tém podľa zamerania regionálnych producentov).	2021 a neskôr
Zaradenie zážitkových produktov založených na spoznávaní regionálnych produktov a ich produkcie/ výroby do ponuky destinácie:		
2.8.4	Oslovenie poskytovateľov ubytovacích služieb s ponukou zážitkových programov regionálnych producentov a možnosti zaradenia programov do ponuky ubytovacích zariadení členských aj nečlenských): pilotne Hotel Mikado, Kaštieľ Mojmirovce, Hotel Hradná Stráž ****, Penzión Granarollo, Agroturistické zariadenie Nevidzany	od 2021
2.8.5	Pilotné sieťovanie poskytovateľov služieb s poskytovateľmi zážitkových programov (workshop poskytovateľov služieb s poskytovateľmi pilotných zážitkových programov); Tvorba pilotných foriem spolupráce medzi poskytovateľmi ubytovacích služieb a zážitkových programov (zaradenie individuálnej ponuky poskytovateľa zážitku do ponuky zariadenia, prípadne jeho prezentácia v zariadení).	jar 2021 alebo 2022
2.8.6	Návrh pilotných pobytových balíčkov na vidieku (víkendových/viac dňových pobytov) založených na zážitkových programoch a/alebo kombinácii s produktami v iných produktových líniách/témach.	2023 - 2024

Problémová oblasť	2.9 Nitra a okolie ako destinácia pre skupiny „Like a local“	
Operatívny cieľ	<i>Destinačná ponuka ŽIŤ AKO MIESTNY / Like a local je dostatočne atraktívna pre skupiny a ich počet v destinácii medziročne rastie.</i>	
<i>Opatrenie</i>		<i>Časový rámec</i>
2.9.1	Spolupracovať s poskytovateľmi zážitkov pri tvorbe inovatívnych ponúk pre skupiny v jednotlivých produktových líniách. Napríklad pre školy: - s Divadlom Andreja Bagara (prehliadka zákulisia divadla), - spoznávanie tradícií (workshopy pre materské, základné a stredné školy); - technologické postupy a podmienky v rôznych oblastiach poľnohospodárskej a potravinárskej produkcie (exkurzie pre študentov SPU v Nitre ale aj iné stredné odborné školy a univerzity v regióne a v SR) - pravidelné tematické prehliadky s miestnym sprievodcom, inovácia prehliadok	2020 - 2023
2.9.2	Iniciovať činnosť incomingovej cestovnej kancelárie pre destináciu Nitra a osloviť incomingové CK a CA zamerané na domáci cestovný ruch s ponukou pobytových balíčkov.	2022 - 2023
2.9.3	Prehodnotiť a prípadne navrhnuť možnosti spolupráce s CK a CA pri rozvoji produktu "like a local".	2020 - 2021
2.9.4	Pravidelne organizovať fam tripy pre cestovné kancelárie a robiť im náležitý servis.	2020 - 2025
2.9.5	Zastrešiť predaj produktov aj vlastnými kapacitami NOCR	2020 - 2023
2.9.6	Aktívne osloviť skupiny seniorov a škôl s ponukou pre danú sezónu roka.	2020 - 2023
2.9.7	Spolupracovať s partnermi v destinácii na produkte Autobusom za zážitkami	2020 - 2023

Strategická oblasť 3

Nitra - incentívna a kongresová destinácia

Strategický cieľ	Nitra plne využíva potenciál koncentrácie výstavníctva, priemyslu, vysokého školstva a unikátnej incentívnej ponuky pre ekonomický prospech svojich destinačných partnerov.
-------------------------	--

Problémová oblasť	Operatívny cieľ
3.1 Výstavisko Agrokomplex	<i>Destinácia má dostatočne využitý potenciál pre predaj destinačnej ponuky v prepojení na vystavovateľov a návštevníkov výstav v Agrokomplexe.</i>
3.2 Firemná incentíva	<i>Destinácia má využitý zážitkový potenciál produktov s vyššou pridanou hodnotou pre firemnú klientelu z Nitry a zo spádového okolia 100 km.</i>
3.3 EHMK	<i>Destinácia využije naplno kandidatúru na titul Európske hlavné mesto kultúry (EHMK) a zázemie pre rozvoj infraštruktúry kultúrneho a mestského cestovného ruchu.</i>

Problémová oblasť		3.1 Výstavisko Agrokomplex
Operatívny cieľ		<i>Destinácia má dostatočne využitý potenciál pre predaj destinačnej ponuky v prepojení na vystavovateľov a návštevníkov výstav v Agrokomplexe.</i>
<i>Opatrenie</i>		<i>Časový rámec</i>
3.1.1	Osloviť destinačnou ponukou vystavovateľov veľtrhov v Agrokomplexe (B2B ponuka).	2021-22
3.1.2	Na najväčších výstavách Agrokomplexu mať „vysunutý“ destinačný informačný bod a informovať návštevníkov výstavy o destinačnej ponuke (B2C ponuka).	2021-22
Problémová oblasť		3.2 Firemná incentíva
Operatívny cieľ		<i>Destinácia má využitý zážitkový potenciál produktov s vyššou pridanou hodnotou pre firemnú klientelu z Nitry a zo spádového okolia 100 km.</i>
<i>Opatrenie</i>		<i>Časový rámec</i>
3.2.1	Spolupracovať v oblasti B2B s novým automobilovým výrobcom Landrover, výrobcou elektroniky SAMSUNG, elektrárňou Mochovce (spoločnosť ENEL) a inými firmami v regióne s ponukou na trávení voľného času zamestnancov a na tímbuildingu.	2021-22
3.2.2	Zabezpečiť zážitkové sprevádzanie v Landroveri	2022-23
Problémová oblasť		3.3 EHMK
Operatívny cieľ		<i>Destinácia využije naplno kandidatúru na titul Európske hlavné mesto kultúry (EHMK) a zázemie pre rozvoj infraštruktúry kultúrneho a mestského cestovného ruchu.</i>
<i>Opatrenie</i>		<i>Časový rámec</i>
3.3.1	Využiť kandidatúru mesta Nitra na titul Európske hlavné mesto kultúry 2026 na zvýšenie reputácie mesta na Slovensku a propagáciu kultúrneho a mestského cestovného ruchu.	2020-23
3.3.2	Zapojiť sa do (iniciovať vytvorenie) destinačnej pracovnej skupiny zameranej na prepojenie kandidatúry mesta na EHMK 2026 a možnosti jej využitia v ponuke kultúrneho a mestského cestovného ruchu.	2020-23
3.3.3	S podporou NOCR priniesť do mesta Nitra aj do destinácie významné kultúrne podujatia, pre ktoré má destinácia zázemie, prípadne ktorých budovanie zázemia súvisí s rozvojom infraštruktúry v rámci kandidatúry na EHMK.	2020-23

Strategická oblasť 4

Cielený destinačný marketing

Strategický cieľ		Destinácia využíva prvky modernej destinačnej komunikácie na segmenty, ktoré sú pre ňu relevantné, a ktorých potreby pozná.
Problémová oblasť	Operatívny cieľ	
4.1 Kampane	<i>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.</i>	
4.2 Manažment podujatí aj v online prostredí	<i>NOCR má vytvorené kapacity na manažment autorských „ikonických“ podujatí pre cieľové segmenty.</i>	
4.3 Online marketing	<i>Destinácia maximálne efektívne využíva dostupné nástroje online destinačného marketingu (storytelling, destinačný blog, gamifikácia, digitálny obsah – video, fotografie, instagram a podobne).</i>	
4.4 Práca s médiami	<i>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.</i>	
4.5 Regionálna značka ako súčasť značky destinácie	<i>Prezentácia regionálnych produktov a s tým spojených zážitkov je založená na modernej vizuálnej identite (značke).</i>	

Problémová oblasť	4.1 Kampane
--------------------------	--------------------

Operatívny cieľ	<i>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.</i>
<i>Opatrenie</i>	<i>Časový rámec</i>
4.1.1	Realizovať imidžové destinačné kampane na cieľových trhoch v nasledovnej logickej postupnosti : Slovensko (testovanie) -> Česká republika -> Maďarsko -> Poľsko -> Rakúsko s využitím vhodných marketingových nástrojov. 2021 - 2023
4.1.2	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. 2021 - 2023

Problémová oblasť	4.2 Manažment podujatí
--------------------------	-------------------------------

Operatívny cieľ	<i>NOCR má vytvorené kapacity na manažment autorských „ikonických“ podujatí pre cieľové segmenty.</i>
<i>Opatrenie</i>	<i>Časový rámec</i>
4.2.1	Pokračovať nielen v autorských podujatiach (Noc múzeí, Degustácia v DAB, Mladé vína v Synagóge, Festival chutí a iné) v komerčnom režime, každoročne ich inovovať, aby generovali príjmy pre NOCR. Preklopiť ich aj do „online prostredia“. Napr.: online zážitkové prehliadky múzeí a galérií, destinačné videá s ochutnávkami miestnych špecialít, ktoré sa následne budú dať objednať donáškou a iné. 2021 - 2025
4.2.2	Motivovať kultúrnych operátorov a turistické body záujmu (POIs) k vytvoreniu detskej ponuky, dostupnej aj počas víkendov. 2022 - 2024
4.2.3	Systematický výber lokálnych producentov a ich produktov a na jednotlivé typy podujatí podľa cieľových skupín podujatí (s dôrazom na výber nositeľov značky regionálny produkt PONITRIE najmä na tradičné, gastronomické, vinárske podujatia a podujatia vo vidieckom cestovnom ruchu) . Podpora aj v online prostredí formou krátkych videoupútavok. 2020 - 2023

Problémová oblasť	4.3 Online marketing
--------------------------	-----------------------------

Operatívny cieľ	<i>Destinácia maximálne efektívne využíva dostupné nástroje online destinačného marketingu (storytelling, destinačný blog, gamifikácia, digitálny obsah – video, fotografie, instagram, newsletter a podobne).</i>
<i>Opatrenie</i>	<i>Časový rámec</i>
4.3.1	Komunikáciu v online prostredí zamerať na pútavy storytelling destinačných príbehov v zadaných produktových líniách (vrátane príbehov lokálnych producentov – poskytovateľov zážitkov). 2020 - 2023
4.3.2	Vytvoriť imidžové destinačné videá a krátke produktové a segmentačné videá na šírenie v online prostredí. Zážitkové online prehliadky. Virtuálna realita. 2020 - 2022
4.3.3	Zaviesť destinačný blog. 2021 - 2022
4.3.4	Zabezpečiť jazykové mutácie destinačného portálu podľa cieľových trhov (nemecky). 2021 - 2023
4.3.5	Rozšírenie/úprava destinačného portálu v súlade s navrhnutým kreatívnym konceptom (časť 4.5): <ul style="list-style-type: none"> - vytvorenie systému prezentácie zážitkových programov a služieb nositeľov regionálnej značky na destinačnom portáli; - vytvorenie ponuky turistických bodov záujmu a miest, kde môže návštevník nájsť regionálne produkty na destinačnom portáli (prezentácie ubytovacích a stravovacích zariadení, ktoré sú nositeľom regionálnej značky a predajných miest regionálnych produktov); - vytvorenie sekcie pre predaj reklamných predmetov (merch) značky regionálnych produktov; - prepojenie destinačného portálu na portál o systéme regionálneho značenia ako systéme kvality. 2022 - 23

Problémová oblasť	4.4 Práca s médiami
--------------------------	----------------------------

Operatívny cieľ	<i>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.</i>
<i>Opatrenie</i>	<i>Časový rámec</i>
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. 2020 - 2025
4.4.2	Pokračovať v pravidelnom tlačovom servise destinácie o novinkách pre novinárov z cieľových trhov. 2020 - 2025
4.4.3	Zaviesť pravidelné odborné novinky v B2B časti destinačného portálu. 2020 - 2025

Problémová oblasť	4.5 Regionálna značka ako súčasť značky destinácie	
Operatívny cieľ	<i>Prezentácia regionálnych produktov a s tým spojených zážitkov je založená na modernej vizuálnej identite (značke).</i>	
<i>Opatrenie</i>		<i>Časový rámec</i>
4.5.1	Vytvorenie kreatívneho komunikačného konceptu v rámci už zavedenej značky regionálny produkt PONITRIE (inovácia s dôrazom na aplikáciu v gastronomickom, vinárskom a vidieckom cestovnom ruchu).	2020 - 2021
4.5.2	Výber reklamných predmetov (merch) značky z regionálnych produktov s regionálnou značkou.	2021 - 2023
4.5.3	Návrh a realizácia aktivít zameraných na zavedenie a správnu aplikáciu kreatívneho konceptu aktérmi v destinácii.	2021 - 2023
4.5.4	Iniciovanie diskusie k vytvoreniu novej vizuálnej identity destinácie pre ďalšie obdobie.	2023

Strategická oblasť 5

TOP návštevnícky servis

Strategický cieľ	Destinácia dosahuje vysokú návratnosť návštevníkov – výletníkov – vďaka nezabudnuteľnej starostlivosti a komunikácii pred, počas a po pobyte a predlžuje im pobyt v destinácii.
-------------------------	--

Problémová oblasť	Operatívny cieľ
5.1 Systém kvality služieb a regionálnych produktov	<i>Destinácia má zavedený komplexný systém hodnotenia kvality služieb, ale aj produktov a výrobkov s pôvodom v destinácii a širšom regióne.</i>
5.2 Dostupnosť produktov v pôvodnom regióne	<i>V destinácii sú pre návštevníka podľa jeho preferencií dostupné produkty lokálnych výrobcov, ktoré zvyšujú atraktivnosť destinácie (destinačnú ponuku), podporujú rozvoj regiónu a zvyšujú kvalitu návštevníckeho servisu.</i>
5.3 Dostupnosť destinačných produktov	<i>Turistické body záujmu (POIs) sú koncepčne prepojené cyklotrasami a pravidelnými turistickými autobusmi.</i>

Problémová oblasť	5.1 Systém kvality služieb a regionálnych produktov	
Operatívny cieľ	<i>Destinácia má zavedený komplexný systém hodnotenia kvality služieb, ale aj produktov a výrobkov s pôvodom v destinácii a širšom regióne.</i>	
<i>Opatrenie</i>		<i>Časový rámec</i>
5.1.1	Pravidelne vyhodnocovať referencie o destinácii a jej službách v online prostredí (sledovanie spätnej väzby od návštevníkov na návštevníckych portáloch ako Tripadvisor, booking.com a pod.).	2020 - 2023
5.1.2	Realizovať vzdelávanie v oblasti pro-zákazníckeho správania v podnikoch a zariadeniach cestovného ruchu, u poskytovateľov zážitkov a regionálnych producentov.	2020 - 2023
5.1.3	Realizovať hodnotenie kvality služieb cestovného ruchu v destinácii v prepojení na vzdelávanie.	2020 - 2023
Riadiť systém regionálneho značenia regionálny produkt PONITRIE - systém kvality poľnohospodárskych produktov, potravinárskych a remeselných výrobkov		
5.1.4	Upraviť zásady a kritériá pre udeľovanie značky RP Ponitrie na poľnohospodárske produkty, potravinárske a remeselné výrobky s cieľom zabezpečenia väčšej participácie regionálnych producentov na prezentácii destinácie (zapojenia do aktivít NOCR), najmä povinností producentov.	2020
5.1.5	Certifikovať nových produktov a recertifikovať súčasných držiteľov značky podľa upravených zásad a kritérií.	2020
5.1.6	V spolupráci s mestom Nitra zmapovať výrobcov potravinárskych produktov a spotrebných výrobkov s vysokou pridanou hodnotou, ktoré sú vyrobené v Nitre (vrátane výrobkov, ktoré nemajú pôvod surovín v regióne, napr. čokoláda a pod.).	2021
5.1.7	Špecifikácia kritérií pre udeľovanie značky RP Ponitrie pre mestskú subdestináciu Nitra a okolie – „Ponitrie – vyrobené v Nitre“ a formulovanie zásad používania variantu značky v rámci systému regionálneho značenia (destinačnej značky Ponitrie)	2021
5.1.8	Pilotná certifikácia výrobkov mestskej subdestinácie Nitra a okolie – „Ponitrie – vyrobené v Nitre“.	2021

Riadiť systém regionálneho značenia Regionálny produkt Ponitrie**- kvalitné ubytovacie a stravovacie zariadenia a TBZ ako miesta predaja kvalitných produktov s pôvodom v regióne**

5.1.9	Úprava zásad a kritérií pre udeľovanie značky RP Ponitrie na ubytovacie a stravovacie služby v oblasti priameho predaja produktov so značkou RP Ponitrie s cieľom zabezpečenia lepšej prezentácie destinácie a podpory priameho predaja produktov so značkou RP, najmä povinností zariadení.	2020
5.1.10	Certifikácia nových zariadení a recertifikácia súčasných držiteľov značky podľa upravených zásad a kritérií.	2020
5.1.11	Tvorba kritérií pre miesta predaja regionálnych produktov v miestach koncentrácie návštevníkov iných ako certifikovaných zariadeniach - formulovanie „štátutu“ oficiálneho predajného miesta regionálnych produktov so značkou Ponitrie v rámci Zásad pre udeľovanie značky, ktorý nebude podliehať certifikácii Certifikačnou komisiou ale splneniu konkrétnych rámcových kritérií/požiadaviek na prevádzkareň.	2021

Problémová oblasť**5.2 Dostupnosť produktov s pôvodom v regióne****Operatívny cieľ**

V destinácii sú pre návštevníka podľa jeho preferencií dostupné produkty lokálnych výrobcov, ktoré zvyšujú atraktivnosť destinácie (destinačnú ponuku), podporujú rozvoj regiónu a zvyšujú kvalitu návštevníckeho servisu.

*Opatrenie**Časový rámec*

Iniciovať spoluprácu regionálnych producentov s prevádzkarňami (zariadeniami a inými TBZ) s potenciálom predaja regionálnych produktov na území členských obcí NOCR aj iných v regióne Ponitrie s vysokou koncentráciou návštevníkov, najmä v členských obciach NOCR:

- Mojmírovce: UZ = Penzión Bruder
- Topolčianky: UZ = Hradná stráž, Poľovnícky zámok Topolčianky, Penzión Chateau Topolčianky; Iné TBZ: Národný žrebčín Topolčianky, Vinárske závody Topolčianky, s.r.o.
- Bojná - archeologická lokalita

V nečlenských obciach NOCR:

- Jelenec: UZ = Rekreačné zariadenie pod Gímešom, Remitáž, Iné TBZ = Gaštanica
- Poľný Kesov: Iné TBZ = Termálne kúpalisko ThermalPark
- Cabaj-Čápor: UZ = Penzión Salaš Cabaj, Ranč Nové Sedlo
- Veľké Zálužie: UZ = Terra Wylak Vinárstvo & Penzión
- Lučnica nad Žitavou: UZ = Ubytovanie Hoppy
- Oponice: UZ = Chateau Appony ****
- Beladice: UZ = Kaštieľ Tartuf Beladice, iné TBZ = Hrad Hrušov
- Bohunice: Iné TBZ = Vodný mlyn
- Jedľové Kostoľany: UZ = Areál zdravia
- Tesárske Mlyňany: UZ = Penzión Granarollo, Iné TBZ = Arborétum Mlyňany
- Horný Oháj: Iné TBZ = Mašekov mlyn

5.2.1		2021 - 2023
5.2.2	Sieťovanie (realizácia spoločných workshopov a aktivít regionálnych producentov a predajných miest), ktorého cieľom je, aby predajcovia spoznali regionálne produkty priamo od ich výrobcov, vedeli prezentovať návštevníkovi jeho pridanú hodnotu (predstavenie produktov, zloženia, príbehu produktu). Nastavenie spolupráce (koordinácia) – overenie možností distribúcie produktu do predajného miesta, príprava zmlúv o spolupráci, prípadne inej formy spolupráce medzi Koordinátorom značky (NOCR) – predajným miestom - regionálnym producentom (vrátane udelenia práv na používanie značky predajnému miestu).	2021 - 2023
5.2.3	Rozširovanie a prispôsobovanie ponuky regionálnych produktov v existujúcich predajných miestach produktov s pôvodom v regióne. - pilotne Hotel Mikado****, Kaštieľ Mojmírovce****, Hotel Hradná Stráž****, Penzión Granarollo, Agroturistické zariadenie Nevidzany.	2020 - 2022
5.2.4	Rozširovanie miest predaja regionálnych produktov so značkou RP Ponitrie s potenciálom prezentácie destinácie	2021 - 2023

Problémová oblasť**5.3 Dotupnosť destinačných produktov****Operatívny cieľ**

Turistické body záujmu (POIs) sú koncepčne prepojené cyklotrasami a pravidelnými turistickými autobusmi.

*Opatrenie**Časový rámec*

5.3.1	Zapojiť v meste Nitra výhľadkový turistický vláčik do produktov CR.	2021 - 2025
5.3.2	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.	2022 - 2023
5.3.3	Vypracovať štúdiu a zaviesť pravidelné turistické autobusové spojenia do subdestinácií v okolí Nitry.	2021 - 2025

Strategická oblasť 6

Identita mesta a komunikačná stratégia mesta ako mestskej destinácie v cestovnom ruchu

Prevzaté a doplnené zo Stratégie rozvoja cestovného ruchu v meste Nitra na roky 2021-2031.

Základom riešenia strategickej oblasti budovania identity mesta Nitra na trhu cestovného ruchu na roky 2021-2025 by mal byť holistický prístup k formulovaniu identity mesta na základe konsenzu všetkých cieľových skupín komunikácie (inštitúcia, občan, pracovný imigrant, podnikateľ, investor, návštevník...). Identita mesta na trhu cestovného ruchu by mala byť prepojená na univerzálnu identitu mesta (obsahovo aj vizuálne – napr. Bratislava). V rámci strategického cieľa formulujeme päť operatívnych cieľov a opatrení, na základe ktorých sú definované jednotlivé aktivity ako procesné úkony pre dosiahnutie indikátorov úspešnosti jednotlivých opatrení. Postupnosťou nastavených krokov a procesov je vytvorený predpoklad pre dosiahnutie operatívnych cieľov a vo finále strategického cieľa.

Strategický cieľ		Mesto má jasne definovanú identitu a jednotnú komunikačnú stratégiu mesta vo vzťahu k domácomu a európskemu návštevníkovi.			
Opatrenie	Operatívny cieľ				
6.1	Definovanie konkurencieschopnej identity mesta Nitra na trhu mestského cestovného ruchu v strednej Európe	<i>Jedinečnosti Nitry (USP) sú premietnuté do definovania konkurencieschopnej identity mesta, ktoré ponúka svojim obyvateľom aj návštevníkom jedinečné mestské zážitky a vysokú kvalitu života.</i>			
6.2	Zosúladenie destinačného marketingu s marketingom mesta v cestovnom ruchu, ktorý bude zacielený dovnútra (domáci obyvatelia, miestne firmy) aj von (domáci a zahr. návštevníci)	<i>Mesto Nitra má zavedený moderný destinačný marketing ako integrovanú súčasť destinačného manažmentu s prepojením na holistický koncept marketingu mesta.</i>			
6.3	Vytvorenie modernej marketingovej komunikačnej stratégie na podporu identity mesta Nitra v cestovnom ruchu, ktorá bude zacielená na obyvateľov (smerom dnu) a návštevníkov mesta (smerom von) a bude pracovať s najmodernejšími komunikačnými nástrojmi s ohľadom na cieľové skupiny komunikácie	<i>Mestská destinácia Nitra uplatňuje modernú marketingovú komunikáciu na trhu cestovného ruchu smerom k cieľovým skupinám, ktoré sú relevantné a znamenajú pre mesto sociálno-ekonomický prínos.</i>			
6.4	Budovanie a upevňovanie dôvery, porozumenia a dobrých vzťahov s verejnosťou smerom dovnútra a von	<i>Pravidelne komunikovať s miestnymi, domácimi a zahraničnými médiami za účelom zviditeľňovania a budovania imidžu mesta Nitra na trhu cestovného ruchu.</i>			
6.5	Budovanie kultúrnej a udržateľnej identity, imidžu a reputácie Nitry na európskom trhu cestovného ruchu prostredníctvom medzinárodne akceptovaných projektov a súťaží	<i>Mesto Nitra v rozvoji cestovného ruchu naplno využije príležitosti na zapojenie sa do medzinárodných projektov a súťaží, ktoré mu umožnia budovať imidž jedinečnej kultúrnej a udržateľnej mestskej destinácie a zvýši mu reputáciu na domácom a európskom trhu cestovného ruchu.</i>			
Opatrenie	6.1. Definovanie konkurencieschopnej identity mesta Nitra na trhu mestského cestovného ruchu v strednej Európe				
Operatívny cieľ	<i>Jedinečnosti Nitry (USP) sú premietnuté do definovania konkurencieschopnej identity mesta, ktoré ponúka svojim obyvateľom aj návštevníkom jedinečné mestské zážitky a vysokú kvalitu života.</i>				
<i>Aktivita</i>	<i>Východiskový stav (indikátor)</i>	<i>Cieľový stav (indikátor)</i>	<i>Zodpovednosť</i>	<i>Termín</i>	
6.1.1	Uskutočniť prieskum a analýzu vnímania Nitry zo strany cieľových skupín – domáci obyvatelia, firmy, imigranti – cudzinci, návštevníci (domáci aj zahraniční).	Výskum vnímania Nitry návštevníkmi z roku 2015	Identifikované vnímanie identity zo strany cieľových skupín výskumu v roku 2021	MsÚ – odbor komunikácie a propagácie; odbor TIC	12/2021
6.1.2	Definovať identitu mesta Nitra vo vzťahu k návštevníkovi ako východisko pre budovanie imidžu Nitry ako atraktívnej a konkurencieschopnej mestskej destinácie na domácom a stredoeurópskom trhu cestovného ruchu.	Identita Nitry identifikovaná výskumom návštevníkov v roku 2015	Identita mestskej turistickej destinácie Nitra v roku 2021, identifikované imidžotvorné prvky destinácie (osobnosti, dizajn, komunikácia, produkty destinácie)	MsÚ – odbor komunikácie a propagácie; odbor TIC	03/2022
6.1.3	Vypracovať dizajn manuálu jednotnej vizuálnej identity Nitry, ktorá ju odliší od ostatných konkurenčných miest	Vizuálna identita Nitry je roztrieštená (čo inštitúcia, to iné logo, farby, slogan...)	Jednotná a všetkými aktérmi v meste (stakeholderi) rešpektovaná vizuálna identita mesta založená na jeho jedinečnostiach (platný a akceptovaný dizajn manuál)	MsÚ – odbor komunikácie a propagácie	06/2022

Opatrenie		6.2. Zosúladienie destinačného marketingu s marketingom mesta v cestovnom ruchu, ktorý bude zacielený dovnútra (domáci obyvatelia, miestne firmy) aj von (domáci a zahraniční návštevníci)			
Operatívny cieľ		<i>Mesto Nitra má zavedený moderný destinačný marketing ako integrovanú súčasť destinačného manažmentu s prepojením na holistický koncept marketingu mesta.</i>			
<i>Aktivita</i>	<i>Východiskový stav (indikátor)</i>	<i>Cieľový stav (indikátor)</i>	<i>Zodpovednosť</i>	<i>Termín</i>	
6.2.1	Zlúčiť/zjednotiť webový portál TIC Nitra a NOCR do jedného spoločného webového sídla, ktoré bude slúžiť ako virtuálne návštevnícke a informačné centrum mesta pre obyvateľov aj návštevníkov mesta s funkciou online rezervovania a nákupu služieb.	<i>Dve webové stránky s turistickou ponukou mesta (nitra.eu; visitnitra.eu)</i>	<i>Jeden webový turistický portál mesta (full návštevnícky a informačný servis na jednom mieste v online prostredí)</i>	<i>Odbor komunikácie a propagácie; odbor TIC a NOCR</i>	06/2021 – zlúčenie webov 01/2022 – funkcia online rezervácie a predaj
6.2.2	Nastaviť zodpovednosti a kompetencie odborov MsÚ a NOCR vo veci destinačného marketingu a marketingovej komunikácie smerom k rôznym cieľovým skupinám (občan mesta, cudzinec - pracovný imigrant, podnikateľ, investor, návštevník Nitry, turista...).	<i>Marketingové a propagačné aktivity sa často duplikujú alebo nikto nerieši – neefektívne (výdavky mesta na marketing)</i>	<i>Duplicity a biele miesta v marketingu mesta odstránené (výdavky mesta na marketing)</i>	<i>MsÚ</i>	06/2021

Opatrenie		6.3. Vytvorenie modernej marketingovej komunikačnej stratégie na podporu identity mesta Nitra v cestovnom ruchu, ktorá bude zacielená na obyvateľov (smerom dnu) a návštevníkov mesta (smerom von) a bude pracovať s najmodernejšími komunikačnými nástrojmi s ohľadom na cieľové skupiny komunikácie			
Operatívny cieľ		<i>Mestská destinácia Nitra uplatňuje modernú marketingovú komunikáciu na trhu cestovného ruchu smerom k cieľovým skupinám, ktoré sú relevantné a znamenajú pre mesto sociálno-ekonomický prínos.</i>			
<i>Aktivita</i>	<i>Východiskový stav (indikátor)</i>	<i>Cieľový stav (indikátor)</i>	<i>Zodpovednosť</i>	<i>Termín</i>	
6.3.1	Realizovať imidžotvorné promo kampane na domácom trhu cestovného ruchu s cieľom budovania pozitívneho vnímania cestovného ruchu zo strany miestnych obyvateľov udržiavania pozitívnych väzieb na mesto (spomienky na Nitru) u vybraných cieľových skupín s využitím vhodných marketingových nástrojov.	<i>Nitra je výletná destinácia pre DCR, východ SR Nitru nenavštevuje (počet prenocovaní tuzemských návštevníkov)</i>	<i>Nitra je víkendová destinácia pre DCR (počet prenocovaní tuzemských návštevníkov)</i>	<i>TIC, NOCR</i>	2021 - 2022
6.3.2	Realizovať imidžotvorné promo kampane pre cieľové segmenty návštevníkov na trhoch strednej Európy s cieľom budovať imidž Nitry ako citybreak destinácie s bohatou multikultúrnou a multietnickou ponukou, pestrým mestským životom a vynikajúcou lokálnou gastronómiou (prepojiť promo s produktovou ponukou destinácie).	<i>Chýba povedomie o Nitre na zdrojových trhoch strednej Európy (počet dopytov na služby TIC, počet rezervácií služieb návštevníkov zo susedných štátov SR)</i>	<i>Nitra je rozpoznateľná mestská destinácia v strednej Európe (nárast dopytov v TIC, nárast počtu rezervácií služieb zo susedných štátov, nárast prenocovaní v UZ)</i>	<i>TIC, NOCR</i>	2021 - 2024
6.3.3	Realizovať produktové a segmentačné promo kampane na domácom trhu a na vybraných európskych trhoch s cieľom priťahovať pozornosť vybraných cieľových skupín na vybrané produktové línie destinácie (product matching) s využitím vhodných marketingových nástrojov.	<i>Nitra je zameniteľná výletná destinácia s podobnými destináciami (počet prenocovaní tuzemských návštevníkov)</i>	<i>Nitra je jedinečná víkendová destinácia so špecializovanou ponukou pre vybrané segmenty návštevníkov (počet prenocovaní návštevníkov podľa segmentov)</i>	<i>TIC, NOCR</i>	2022 - 2026
6.3.4	Uplatniť v marketingovej komunikácii v maximálnej možnej miere moderné online nástroje (kampane na sociálnych sieťach IS, FB, TW s digitálnym obsahom ako sú videá, fotografie, newslettery), gamifikáciu a príbehy (storytelling) s ohľadom na efektívnosť komunikácie.	<i>Počet online kampaní na cieľových trhoch za rok 2019 (počet reálnych rezervácií/prenocovaní apod. na 1 online kampani)</i>	<i>Počet online kampaní na cieľových trhoch za rok (počet reálnych rezervácií/prenocovaní ap. na 1 online kampani)</i>	<i>TIC, NOCR</i>	2021 - 2026

Opatrenie	6.4. Budovanie a upevňovanie dôvery, porozumenia a dobrých vzťahov s verejnosťou smerom dovnútra a von			
------------------	---	--	--	--

Operatívny cieľ	<i>Pravidelne komunikovať s miestnymi, domácimi a zahraničnými médiami za účelom zviditeľňovania a budovania imidžu mesta Nitra na trhu cestovného ruchu.</i>			
<i>Aktivita</i>	<i>Východiskový stav (indikátor)</i>	<i>Cieľový stav (indikátor)</i>	<i>Zodpovednosť</i>	<i>Termín</i>
6.4.1 Realizovať PR kampane smerom k občanom Nitry s cieľom budovania pozitívneho vnímania rozvojových zámerov a aktivít cestovného ruchu na území mesta.	Občania Nitry nevnímajú projekty cestovného ruchu v meste ako prínos pre ich život (počet kampaní smerom k občanovi)	Občania Nitry vnímajú cestovný ruch v meste pozitívne (počet pozitívnych reakcií občanov na čo?)	TIC, NOCR	2021 - 2026
6.4.2 Organizovať infocesty novinárov a bloggerov/vloggerov do destinácie s cieľom budovania pozitívneho imidžu	Domáce a zahraničné médiá píšú o Nitre ako atraktívnej mestskej destinácii sporadicky alebo vôbec (počet správ o Nitre v médiách doma a v zahraničí za rok)	Nitra je spomínaná v médiách ako vyhľadávaná mestska destinácia (počet správ o Nitre, počet zobrazení správ/PR článkov/ rozhovorov...)	TIC, NOCR	2021 - 2026

Opatrenie	6.5. Budovanie kultúrnej a udržateľnej identity, imidžu a reputácie Nitry na európskom trhu cestovného ruchu prostredníctvom medzinárodne akceptovaných projektov a súťaží			
------------------	---	--	--	--

Operatívny cieľ	<i>Mesto Nitra v rozvoji cestovného ruchu naplno využije príležitosti na zapojenie sa do medzinárodných projektov a súťaží, ktoré mu umožnia budovať imidž jedinečnej kultúrnej a udržateľnej mestskej destinácie a zvýšia mu reputáciu na domácom a európskom trhu cestovného ruchu.</i>			
<i>Aktivita</i>	<i>Východiskový stav (indikátor)</i>	<i>Cieľový stav (indikátor)</i>	<i>Zodpovednosť</i>	<i>Termín</i>
6.5.1 Využiť kandidatúru mesta Nitra na titul Európske hlavné mesto kultúry 2026 na zvýšenie povedomia európskeho návštevníka o jedinečnej kultúrnej ponuke mesta so stredoeurópskou identitou.	Návštevník z Európy nepozná Nitru a kultúrnu ponuku mesta (počet zahr. návštevníkov kult. podujatí v meste)	Návštevník z Európy má pozitívny obraz o kultúrnej ponuke Nitry (počet zahr. návštevníkov kult. podujatí v meste; počet pozitívnych ohlasov na podujatia od zahr. Návštevníkov...)	TIC, NOCR	2021 - 2026
6.5.2 Zapojiť sa do najbližšej výzvy na získanie značky „Creative Cities“ pod záštitou UNESCO siete kreatívnych miest (UCCN).	Kultúrny a kreatívny návštevník vo svete nepozná kultúrnu a kreatívnu ponuku mesta Nitra (počet správ o Nitre v médiách doma a v zahraničí za rok v súvislosti s KKP)	Kultúrny a kreatívny návštevník vo svete pozná kultúrnu a kreatívnu ponuku mesta Nitra (počet správ o Nitre v médiách doma a v zahraničí za rok v súvislosti s KKP; počet kreatívnych návštevníkov za rok)	TIC, NOCR	2021 - 2026
6.5.3 Zapojiť sa do najbližšej výzvy na získanie značky EDEN pre mesto (European Destination of Excellence).	Návštevník (z) Európy nepozná kultúrnu a kreatívnu ponuku mesta Nitra (počet správ o Nitre v médiách doma a v zahraničí za rok v súvislosti s KKP)	Kultúrny a kreatívny návštevník vo svete pozná kultúrnu a kreatívnu ponuku mesta Nitra (počet správ o Nitre v médiách doma a v zahraničí za rok v súvislosti s KKP; počet kreatívnych návštevníkov za rok)	TIC, NOCR	2021 - 2026
6.5.4 Zapojiť mesto do najbližšej výzvy na získanie certifikačnej známky „Green Destinations“ od UN WTO pre mesto Nitra ako udržateľnú metskú destináciu.	Zahraničný návštevník nepozná a nevníma mesto Nitra ako udržateľnú metskú destináciu s ponukou zelených produktov a SMART riešení (počet správ o Nitre v médiách doma a v zahraničí za rok v súvislosti s ekoturistikou a udržateľným CR)	Zahraničný návštevník pozná a vníma mesto Nitra ako udržateľnú metskú destináciu s ponukou zelených produktov a SMART riešení (počet správ o Nitre v médiách doma a v zahraničí za rok v súvislosti s ekoturistikou a udržateľným CR)	TIC, NOCR	2021 - 2026

Strategická oblasť 7

Udržateľné celoživotné vzdelávanie aktérov cestovného ruchu s ohľadom na potreby rozvoja cestovného ruchu

V rámci strategického cieľa „udržateľné celoživotné vzdelávanie“ navrhujeme tri operatívne ciele zamerané na rozvíjanie vedomostí a zručností kľúčových aktérov cestovného ruchu v meste: pracovníci a podnikatelia v službách cestovného ruchu, zamestnanci verejnej správy a pamäťových inštitúcií a miestne obyvateľstvo. Navrhované opatrenia a aktivity riešia zvyšovanie povedomia o postavení jednotlivca aj celej komunity v cestovnom ruchu a umožnia zlepšiť postavenie cestovného ruchu a úroveň služieb v ekonomike mesta. Navrhované opatrenia v oblasti vzdelávania sú súčasťou systému destinačného manažmentu, preto je táto strategická oblasť označená modrou.

Strategický cieľ

Mesto v spolupráci s NOCR zabezpečuje udržateľný model vzdelávania pre rôzne cieľové skupiny aktérov cestovného ruchu s ohľadom na potreby rozvoja nových produktov a segmentov návštevníkov

Opatrenie

Operatívny cieľ

7.1 Systémové a udržateľné riešenie pre kontinuálne celoživotné vzdelávanie zákaznícky orientovaného správania v podnikoch a zariadeniach cestovného ruchu, u prevádzkovateľov turistických atraktivít, poskytovateľov zážitkov a regionálnych producentov na území mesta

V spolupráci s miestnymi vzdelávacími inštitúciami v odbore cestovný ruch zaviesť vzdelávacie moduly pre zvýšenie atraktívnosti a kvality služieb cestovného ruchu v Nitre, so zameraním na pro-zákaznícky orientované správanie, na komunikačné a jazykové zručnosti a na nové trendy na trhu cestovného ruchu.

7.2 Vzdelávanie miestneho obyvateľstva výchovou k podpore cestovného ruchu v meste

Zaviesť vzdelávacie a popularizačné programy pre miestne obyvateľstvo v spolupráci s miestnymi školami a mimovládnyimi organizáciami so zameraním na rozvoj povedomia o prínosoch cestovného ruchu pre mesto a jeho obyvateľov – s prepojením na zvyšovanie kvality života v meste vďaka cestovnému ruchu.

7.3 Vzdelávanie pracovníkov samosprávy a verejných inštitúcií s presahom kompetencií do cestovného ruchu o špecifikách cestovného ruchu a fungovaní informačného systému destinácie.

Zvýšiť odborné vedomosti odborov samosprávy, ktoré majú presah do cestovného ruchu o špecifikách fungovania cestovného ruchu s cieľom skvalitniť manažment a posilniť kapacity a know-how mesta v rozvoji cestovného ruchu.

Opatrenie

7.1. Systémové a udržateľné riešenie pre kontinuálne celoživotné vzdelávanie zákaznícky orientovaného správania v podnikoch a zariadeniach cestovného ruchu, u prevádzkovateľov turistických atraktivít, poskytovateľov zážitkov a regionálnych producentov na území mesta

Operatívny cieľ

V spolupráci s miestnymi vzdelávacími inštitúciami v odbore cestovný ruch zaviesť vzdelávacie moduly pre zvýšenie atraktívnosti a kvality služieb cestovného ruchu v Nitre, so zameraním na pro-zákaznícky orientované správanie, na komunikačné a jazykové zručnosti a na nové trendy na trhu cestovného ruchu.

Aktivita	Východiskový stav (indikátor)	Cieľový stav (indikátor)	Zodpovednosť	Termín
7.1.1 Vypracovať a akreditovať v spolupráci so vzdelávacími inštitúciami v meste sústavu tréningových vzdelávacích modulov pre ciele rozvoj vybraných zručností u cieľových skupín pracovníkov v službách cestovného ruchu (CR) (hotelieri, sprievodcovia, recepcionári, čašníci, vodiči MHD...).	Neexistuje ponuka tréningov a kurzov pre pracovníkov v službách CR so zameraním na rozvoj ich zručností a zvyšovanie kvality poskytovania miestnych služieb CR v meste Nitra (počet ponúkaných kurzov)	Existuje ponuka tréningov a kurzov pre pracovníkov v službách cestovného ruchu so zameraním na rozvoj ich zručností a zvyšovanie kvality poskytovania miestnych služieb cestovného ruchu v meste Nitra (počet ponúkaných kurzov)	odbor TIC Nitra, NOCR, Hotelová akadémia Nitra, UKF a SPU; Možná participácia miestnych expertov a odvetvových zväzov v CR: AHRS, SBA, SACKA, SSSCR	12/2022
7.1.2 Realizovať akreditované vzdelávacie moduly formou kurzov, školení – podľa platného harmonogramu.	realizácia iba formou samovzdelávania (počet ponúkaných kurzov, školení...; počet preškolených pracovníkov)	počet ponúkaných kurzov, školení...; počet preškolených pracovníkov	odbor TIC Nitra, NOCR, Hotelová akadémia Nitra, UKF a SPU; Možná participácia miestnych expertov a odvetvových zväzov v CR: AHRS, SBA, SACKA, SSSCR	2023 - 2025
7.1.3 Realizovať tematické vzdelávacie aktivity (semináre, workshopy) pre zvýšenie atraktívnosti a sortimentu služieb cestovného ruchu v zmysle nových trendov na trhu (gastro, víno, regionálne produkty, kultúrna ponuka...)	počet ponúkaných kurzov, školení...; počet preškolených pracovníkov alebo podnikateľov	počet ponúkaných kurzov, školení...; počet preškolených pracovníkov alebo podnikateľov	odbor TIC Nitra, NOCR v spolupráci s vytýpovanými expertmi na dané témy	2021 - 2025

Opatrenie		7.2. Vzdelávanie miestneho obyvateľstva výchovou k podpore cestovného ruchu v meste			
Operatívny cieľ		Zaviest' vzdelávacie a popularizačné programy pre miestne obyvateľstvo v spolupráci s miestnymi školami a mimovládnyimi organizáciami so zameraním na rozvoj povedomia o prínosoch cestovného ruchu pre mesto a jeho obyvateľov – s prepojením na zvyšovanie kvality života v meste vďaka cestovnému ruchu.			
Aktivita	Východiskový stav (indikátor)	Cieľový stav (indikátor)	Zodpovednosť	Termín	
7.2.1	Formou PR článkov v online prostredí (web mesta, miestne médiá, apka o meste a prostredníctvom Radničných novín pravidelne informovať verejnosť o pozitívnych prínosoch cestovného ruchu pre mesto a jeho obyvateľov (o vývoji návštevnosti, príjmoch z cestovného ruchu, rozširovaní turistickej infraštruktúry, ktorá slúži aj miestnym, o pracovných miestach, ktoré cestovný ruch v meste vytvára, predstaviť osobnosti cestovného ruchu mesta – príbehy, vzory pre mladých...).	Miestni občania nevnímajú Nitru ako mesto CR (počet PR článkov o cestovnom ruchu v Nitre v miestnych médiách za rok 2019)	počet PR článkov o cestovnom ruchu v Nitre v miestnych médiách za roky 2021-2026	odbor komunikácie a propagácie, odbor TIC Nitra, NOCR, Možná participácia miestnych expertov a odvetvových zväzov v CR: AHRs, SBA, SACKA, SSSCR	2023 - 2025
7.2.2	Vytvoriť v spolupráci so ZŠ vzdelávacie programy v rámci predmetu „Regionálna výchova“ (v rámci témy „môj rodný kraj“) so zameraním na edukatívne vychádzky, výlety, exkurzie po Nitre, besedy s osobnosťami cestovného ruchu, súťaže a projektové vyučovanie s témou cestovný ruch v meste Nitra – vzdelávaním u detí vzbudiť hrdosť na mesto vzbudiť záujem o prácu v cestovnom ruchu.	Súčasný výchovno-vzdelávacie programy mesta pre ZŠ nie sú napojené na cestovný ruch /počet ponúkaných programov pre ZŠ v Nitre a na Slovensku; počet poskytnutých programov zo strany TIC a NOCR	Programy mesta pre ZŠ sú napojené na propagáciu cestovného ruchu v meste /počet ponúkaných programov pre ZŠ v Nitre a na Slovensku; počet poskytnutých programov zo strany TIC a NOCR	odbor TIC Nitra, NOCR, Hotelová akadémia Nitra, UKF a SPU Možná participácia miestnych expertov a odvetvových zväzov v CR: AHRs, SBA, SACKA, SSSCR	2023 - 2025

Opatrenie		7.3. Vzdelávanie pracovníkov samosprávy a verejných inštitúcií s presahom kompetencií do cestovného ruchu o špecifikách cestovného ruchu a fungovaní informačného systému destinácie			
Operatívny cieľ		Zvyšiť odborné vedomosti odborov samosprávy, ktoré majú presah do cestovného ruchu o špecifikách fungovania cestovného ruchu s cieľom skvalitniť manažment a posilniť kapacitu a know-how mesta v rozvoji cestovného ruchu.			
Aktivita	Východiskový stav (indikátor)	Cieľový stav (indikátor)	Zodpovednosť	Termín	
7.3.1	Identifikovať potrebné vedomosti a zručnosti a podľa nich vypracovať tematický plán školení pracovníkov samosprávy o cestovnom ruchu.	Definujú sa cieľové skupiny školení (počet absolvovaných, školení)	Cieľové skupiny manažérov sú preškolené (počet preškolených pracovníkov)	odbor TIC Nitra, NOCR v spolupráci s vytypovanými expertmi na dané témy	06/2021
7.3.2	Prípraviť ponuku a ponúkať školenia pre odbory MsÚ s prienikom do cestovného ruchu.	Definujú sa cieľové skupiny školení (počet absolvovaných, školení)	Cieľové skupiny manažérov sú preškolené (počet preškolených pracovníkov)	odbor TIC Nitra, NOCR v spolupráci s vytypovanými expertmi na dané témy	2021 - 2022
7.3.3	Prípraviť ponuku školení pre pracovníkov destinačného manažmentu a prevádzkovateľov atraktivít cestovného ruchu so zameraním na rozvoj marketingových zručností v oblasti digitálneho marketingu.	Potreba rozvoja digitálnych zručností (počet absolvovaných, školení; počet preškolených pracovníkov)	Zlepšenie digitálnych zručností manažérov po absolvovaní školení (počet preškolených pracovníkov)	odbor TIC Nitra, NOCR v spolupráci s vytypovanými expertmi na dané témy	2021 - 2022

Strategická oblasť 8

Produktové línie a atraktívna ponuka pre domáceho a európskeho návštevníka 21. storočia

Vplyvom pandémie COVID-19 sa významne mení spotrebiteľské správanie Európanov v súvislosti cestovaním. Do popredia záujmu sa dostávajú produkty, ktoré sú zdravotne bezpečné, obsahujú prvky relaxu a navodenia pokoja v duši, sú dostupné, komfortné a ponúkajú možnosť objavovať (destináciu, seba, svoje korene...) (podľa štúdie ETC, október 2020). V zmysle prebiehajúcich a očakávaných transformačných zmien na strane dopytu a na základe revízie ponuky a existujúceho potenciálu mesta s prepojením na okolitý región (v rádiuse cca 40 km od Nitry) sú definované cieľové produktové línie destinácie, ďalej opatrenia a aktivity spojené s ich uskutočniteľnosťou na trhu cestovného ruchu. Spolu sú identifikované 4 operatívne ciele v produktovej stratégii mesta so zameraním pre európskeho návštevníka 21. storočia.

Strategický cieľ

Mesto Nitra je vyhľadávanou mestskou destináciou pre návštevníkov vďaka bohatej ponuke jedinečných kultúrnych, kreatívnych a regionálnych produktov založených na podnikavosti, inovatívnosti a udržateľnom prístupe miestnych aktérov cestovného ruchu

Opatrenie	Operatívny cieľ
8.1 Zavedenie novej produktovej línie „Kreatívna Nitra“ do kultúrnej ponuky mesta s vyššou pridanou hodnotou a postupné etablovanie kreatívnej ponuky destinácie u verných aj nových návštevníkov	Mesto má rozvinutú ponuku kultúrneho cestovného ruchu s prepojením na miestnu kreatívnu triedu. Prepojenie kultúrnej a turistickej ponuky generuje synergie pre obidve strany (win-win model). V Nitre a okolí sa rozvíja bohatá ponuka „butikových“ kreatívnych zážitkov v podmienkach pomalého cestovného ruchu (slow tourism) s pridanou hodnotou pre kultúrneho návštevníka, za ktorú je ochotný zaplatiť viac ako bežný turista (pridanou hodnotou bude príbeh, sebarozvoj, osobný pokrok, nadobudnutie novej zručnosti).
8.2 Udržateľná Nitra založená na využití a spoznávaní ekologickej vidieckej a prírodnej ponuky mesta v mestských štvrtiach Janíkovce, Dražovce, Zobor, Krškany... s napojením na okolité obce - súvisí s potenciálnou kandidátúrou mesta na titul EDEN alebo GREEN DESTINATIONS	Genius loci Mesta Nitra ako centra poľnohospodárstva (Agrokomplex, SPU) vidiecky charakter vybraných mestských štvrtí a prírodné podmienky Zoborských vrchov sú využité v ponuke udržateľných a ekologických produktov agroturistiky, gastroturistiky, cykloturistiky a pešej turistiky.
8.3 Zostavenie destinačnej ponuky pobytových produktov pre nové segmenty návštevníkov mesta Nitra – rodiny s deťmi, digitálni nomádi, mileniáli a seniari.	Mesto Nitra ponúka bohatú a atraktívnu ponuku pobytových balíčkov pre nové segmenty domácich aj európskych návštevníkov s odkazom na slávnú Cyrilometodskú tradíciu, sakrálny a pútnický charakter mesta s viac ako tisícročnou poľnohospodárskou históriou.

Opatrenie	8.1. Zavedenie novej produktovej línie „Kreatívna Nitra“ do kultúrnej ponuky mesta s vyššou pridanou hodnotou a postupné etablovanie kreatívnej ponuky destinácie u verných aj nových návštevníkov				
Operatívny cieľ	Aktivita	Východiskový stav (indikátor)	Cieľový stav (indikátor)	Zodpovednosť	Termín
	Uskutočniť mapovanie a sieťovanie aktérov KKP v spolupráci s odborom kultúry MsÚ a identifikovať potenciálnych nositeľov zážitkov pre produkty kreatívneho cestovného ruchu v Nitre a okolí.	Neexistuje databáza aktérov KKP na úrovni mesta (počet známych aktérov v kategóriách podľa klasifikácie KKP)	Dostupná databáza aktérov KKP s ponukou pre kreatívny cestovný ruch (počet známych aktérov v kategóriách podľa klasifikácie KKP s využitím v produktoch destinácie)	Odbor TIC Nitra, odbor kultúry, NOCR	12/2021
	Zabezpečiť vhodné priestory pre realizáciu kreatívnych aktivít návštevníkov v rámci projektov budovania kreatívnych centier (Kino Palace, Martinský vrch?) a obnovy, resp. využitia existujúcich kultúrnych objektov mesta (mestská tržnica, bývalý mestský dom, kultúrne domy v mestských štvrtiach, obnova staničky v Dražovciach?) a prenajímať aktérom KKP pre poskytovanie služieb návštevníkom na objednávku.	Mapovanie a inventarizácia priestorov pre realizáciu kreatívnych aktivít návštevníkov (prehľad priestorov)	Databáza vhodných priestorov pre realizáciu aktivít kreatívneho cestovného ruchu: tvorivé dielne, workshopy s umelcami...	Odbor projektového a strategického riadenia, odbor kultúry, Odbor TIC Nitra	01/2022
	Zostaviť celoročnú ponuku „butikových“ kreatívnych zážitkov v meste aj s prepojením na okolité obce, založenú na poznávaní a učení u miestnych umelcov, remeselníkov a producentov miestnych výrobkov (včelárov a pod.). Každoročne aktualizovať a inovovať ponuku.	Ponuka kreatívnych zážitkových balíkov NOCR (počet predaných balíčkov za rok 2019)	Ponuka kreatívnych zážitkových balíkov NOCR (počet predaných balíčkov za rok 2019)	TIC, NOCR	01/2023 - 2025
	Zostaviť celoročnú aj sezónnu kreatívnu gastronomickú a kulinárnu ponuku mesta sieťovaním s miestnou gastroscénou ako súčasť kreatívnej Nity s využitím light motívu študentského projektu „Nitra mi chuti“ a tento použiť na kampaň Nity ako gastronomickej destinácie na domácom a európskom trhu (organizácia pop-up gastroeventov na netradičných miestach, kurzov prípravy jedál, nápojov s miestnymi „hviezdnyimi“ podnikmi, osobnosťami gastr...), sprevádzanie po top gastropodnikoch mesta. Každoročne aktualizovať a inovovať.	Web portál „Nitra mi chuti“ bez kreatívnej ponuky, širokej verejnosti neznámy (počet návštevníkov stránky)	Portál je prepojený s destinačným portálom mesta a ponúka kreatívne gastrozážitky aj s možnosťou objednávky zážitku (cez prelink na stránku destinačnej organizácie) (počet návštevníkov stránky, počet rezervovaných a predaných zážitkov)	Odbor TIC, NOCR, iniciatíva Nitra mi chuti, OZ Hidepark, OZ Mareena a ďalší	01/2022 - 2025

8.1.5	Ďalej rozvíjať produktovú líniu vína v Nitre s prepojením na okolie (vínobus) a kreatívne vinárske zážitky, zážitkové degustácie v netradičnom prostredí.	Súčasná programová ponuka destinácie (počet predaných vstupeniek na produkty spojené s vínom)	Inovovaná programová ponuka destinácie (počet predaných vstupeniek na produkty spojené s vínom)	Odbor TIC, NOCR	2021 - 2025
8.1.6	Vybudovať Nitriansky pavilón vín.	Neexistuje expozícia vinárskej tradície regiónu (počet návštevníkov TIC so záujmom o vínnu turistiku)	Moderné a vyhľadávané expozície – magnet na návštevníkov Nitry (počet návštevníkov za rok, tržby z predaja vstupného a doplnkových služieb)	NOCR, Nitrianska vínná cesta, miestni vinári, vinárske združenia a iní	2024 - 2025

Opatrenie	8.2. Udržateľná Nitra založená na využití a spoznávaní ekologickej vidieckej a prírodnej ponuky mesta v mestských štvrtiach Janíkovce, Dražovce, Zobor, Krškany... s napojením na okolité obce - súvisí s potenciálnou kandidátou mesta na titul EDEN alebo GREEN DESTINATIONS
------------------	---

Operatívny cieľ	<i>Genius loci Mesta Nitra ako centra poľnohospodárstva (Agrokomplex, SPU) vidiecky charakter vybraných mestských štvrtí a prírodné podmienky Zoborských vrchov sú využité v ponuke udržateľných a ekologických produktov agroturistiky, gastroturistiky, cykloturistiky a pešej turistiky.</i>
------------------------	---

Aktivita	Východiskový stav (indikátor)	Cieľový stav (indikátor)	Zodpovednosť	Termín	
8.2.1	Zmapovať, osloviť a zosieťovať miestnych eko, bio producentov rôznych poľnohospodárskych a potravinárskych výrobkov s označením (aj bez) miesta pôvodu do pobytových balíkov s prepojením na existujúce cyklotrasy a ubytovacie podniky pri nich (napr. bike friendly).	Pôvodná programová ponuka destinácie (počet predaných vstupeniek na produkty spojené s vínom)	Inovovaná programová ponuka destinácie (počet predaných vstupeniek na produkty spojené s vínom)	Odbor TIC Nitra, NOCR	2021 - 2025
8.2.2	Zostaviť ponuku produktov „Nitra za rohom“, resp. “vidiek za rohom” (“just around the corner”) pre novodobých objaviteľov kultúrnej identity a vidieckych koreňov Nitry ako mesta kontrastov – ponuka s využitím zelenej dopravy (bicykle, elektrické autá a dobíjacie stanice, zdieľaná eko, autodoprava...).	Pôvodná programová ponuka destinácie (počet predaných balíkov pôvodnej ponuky za rok 2019)	Inovovaná ekologická programová ponuka destinácie smerom k okrajovým štvrtiam Nitry (počet predaných balíkov inovovanej ponuky za rok)	Odbor TIC Nitra, NOCR	2021 - 2025
8.2.3	Zapojiť Botanickú záhradu v areáli Slovenskej poľnohospodárskej univerzity do programovej ponuky destinácie	Pôvodná programová ponuka destinácie (počet predaných balíkov pôvodnej ponuky za rok 2019)	Inovovaná ekologická programová ponuka destinácie (počet predaných balíkov inovovanej ponuky za rok)	Odbor TIC Nitra, NOCR v spolupráci s BZ SPU	2021- 2025
8.2.4	Vypracovať a zrealizovať koncepciu budovania udržateľnej pešej turistiky a horskej cykloturistiky v CHKO Ponitrie zasahujúcej do územia mesta Nitra vrátane manažmentu návštevníkov (parkovanie, regulovanie počtu návštevníkov), s prepojením kultúrneho a prírodného dedičstva územia a využitím SMART riešení (interpretačné techniky, navigácia, manažment návštevníkov...)	Neudržateľná forma turistiky a cykloturistiky bez regulačných mechanizmov (počet návštevníkov v turistických bodoch záujmu počas roka 2021, príjmy zo služieb pre návštevníkov v lokalite Zobor)	Moderný manažment návštevníkov s ohľadom na TUR pešej a cykloturistiky /počet návštevníkov v turistických bodoch záujmu; príjmy zo služieb pre návštevníkov v lokalite Zobor za rok	Odbor TIC Nitra, NOCR v spolupráci s CHKO Ponitrie a OZ Zoborský skrášľovací spolok	2021- 2025
8.2.5	Udržateľné putovanie 7mimi pahorkami Nitry v novom šate – s fotopoint turistickou mini architektúrou a interaktívnou hrou so zameraním na ochranu ŽP, ekológiu a trvalú udržateľnosť	Existujúci okruh pešej/ cyklo turistiky s využitím mobilnej turistickej aplikácie pre navigáciu a hru návštevníka (počet stiahnutí aplikácie)	Moderný manažment návštevníkov v rámci témy 7 pahorkov (počet návštevníkov v turistických bodoch záujmu; počet stiahnutí aplikácie, demografické údaje o používateľoch aplikácie?; počet zverejnených fotografií s hashtagom 7 pahorkov na Instagrame)	Odbor TIC Nitra, NOCR, odbor architektúry, v spolupráci s CHKO Ponitrie	2021- 2022
8.2.6	Využiť v ponuke tradíciu chovu včiel a vybudovať jedinečnú tematickú Nitriansku medovú cestu zážitkov (sieťovanie chovateľov včiel, výrobcov medových produktov, ubytovateľov v tzv. apidomčekoch) prepojením mesta Nitra s okolitými obcami a s potenciálom presahu do susedných regiónov (Trnava)	Existujúca ponuka včelárov v meste a okolí (počet včelárov)	počet predaných pobytových balíkov na medovej ceste, počet zosieťovaných včelárov a podnikov cestovného ruchu, počet návštevníkov...	Odbor TIC Nitra, NOCR, včelári v regióne	2021- 2022

Opatrenie		8.3. Zostavenie destinačnej ponuky pobytových produktov pre nové segmenty návštevníkov mesta Nitra – rodiny s deťmi, digitálni nomádi, mileniáli a seniari			
Operatívny cieľ		<i>Mesto Nitra ponúka bohatú a atraktívnu ponuku pobytových balíčkov pre nové segmenty domácich aj európskych návštevníkov s odkazom na slávnú Cyrilometodskú tradíciu, sakrálny a pútnický charakter mesta s viac ako tisícročnou poľnohospodárskou históriou.</i>			
<i>Aktivita</i>	<i>Východiskový stav (indikátor)</i>	<i>Cieľový stav (indikátor)</i>	<i>Zodpovednosť</i>	<i>Termín</i>	
8.3.1	Navrhnuť a vybudovať celoročnú ponuku zážitkových programov pre rodiny s deťmi na báze pobytového cestovného ruchu s prepojením na okolitý región mesta.	<i>Ponuka pre rodiny s deťmi nemá programový charakter (počet programov pre rodiny s deťmi)</i>	<i>Ucelená programová ponuka pre rodiny s deťmi (počet programov pre rodiny s deťmi, dopyt po programoch; príjmy z predaja)</i>	<i>NOCR, odbor TIC Nitra, odbor kultúry, odbor školstva, odbor športu</i>	2021 - 2023
8.3.2	Intenzívnejšie využívať pútnický cestovný ruch v cieľovej skupine mileniálov na "Cyrilometodskej kultúrnej ceste a Svätajakubskej ceste v rámci mesta Nitra – napr. doplnením aplikácie 7 pahorkov sekciami pre pútnikov.	<i>Nedostatočné spropagovanie existujúcej ponuky v Nitre (existuje tlačенý bedeker v TIC, weby ciest nie sú úplne kompletnými informáciami /počet pútnikov?)</i>	<i>dostupná databáza služieb cestovného ruchu pre pútnikov (počet UZ, SZ, počet prenocovaní)</i>	<i>NOCR, odbor TIC Nitra</i>	2021 - 2023
8.3.3	V spolupráci s ÚNSK sa snažiť o dosiahnutie štandardov, ktoré umožnia zaradenie Cyrilometodskej cesty medzi Kultúrne trasy Európy.	<i>CM trasa nie je oficiálne uznaná za kultúrnu cestu Európy (počet zapojených subjektov z min. 3 krajín)</i>	<i>CM trasa je oficiálne uznaná za kultúrnu cestu Európy (počet zapojených subjektov z min. 3 krajín)</i>	<i>NOCR, MsÚ – odbor kultúry, ÚNSK – odbor kultúry</i>	2020 - 2024
8.3.4	Navrhnuť a vybudovať celoročnú ponuku kultúrno-poznávacích programov pre seniorov spojenú s poznávaním kresťanskej a poľnohospodárskej histórie destinácie a prihliadať na bezbariérovosť ponuky služieb.	<i>Neexistuje databáza bezbariérových služieb cestovného ruchu pre seniorov Nitre (ponuka bezbariérových služieb CR)</i>	<i>dostupná databáza bezbariérových služieb cestovného ruchu pre seniorov (počet UZ, SZ, počet prenocovaní)</i>	<i>NOCR, odbor TIC Nitra</i>	2021- 2023
8.3.5	Rozširovanie ponuky sprievodcovských služieb a okruhov podľa cieľových skupín (Nitra pod hviezdami, Ikonická Nitra, Zelená Nitra, Kreatívna Nitra, Nitra deťskými očami, príbehy starých Nitrančanov – zapojenie autentických dôchodcov do sprevádzania like a local, po stopách Nitrianskej mafie, po stopách socializmu (napr. s prepojením na návštevu bunkru v Alekšinciach - temný cestovný ruch) atď.	<i>Počet a typ okruhov (dopyt po sprievodcovských službách; príjmy z predaných služieb, počet odsprevádzaných osôb)</i>	<i>MPočet a typ nových okruhov (dopyt po sprievodcovských službách; príjmy z predaných služieb, počet odsprevádzaných osôb)</i>	<i>odbor TIC Nitra, NOCR</i>	2021- 2022

C3. Návrh spôsobu implementácie stratégie

Pro implementáciu Stratégie musí byť zabezpečená schéma riadenia a kapacity, jednak pre riadenie procesu realizácie stratégie ako celku, jednak pre jednotlivé opatrenia a aktivity. Pri naplňovaní stratégie a jej aktualizácii je vhodné použiť participatívny princíp aktérov, ktorí boli zapojení do prípravy dokumentu.

Tabuľka: Riadiaca schéma Stratégie cestovného ruchu mesta Nitra:

Orgány riadenia a kontroly	Úloha a činnosti	Počet stretnutí
Manažment stratégie: vedúci odboru TIC Nitra, riaditeľ NOCR	<u>Zodpovednosť:</u> Riadi realizáciu, vyhodnotenie a aktualizáciu stratégie <u>Obsadenie:</u> manažér stratégie, garanti opatrení, realizátori aktivít	Podľa realizačných potrieb projektu
Riadiaci výbor	<u>Zodpovednosť:</u> Schvaľuje vyhodnotenie naplňovania stratégie, resp. vybraných priorít za jeden rok (v januári nasledujúceho roku). Schvaľuje akčný plán na ďalšie dva roky v súvislosti s rozpočtom <u>Obsadenie:</u> Vedúci komisie pre miestny rozvoj a cestovný ruch, poslanci a členovia komisie, manažér stratégie, garanti opatrení <u>Zvoláva:</u> politický garant pre cestovný ruch	Minimálne 2 x ročne (september a január)
Nitrianske forum pre cestovný ruch	<u>Zmysel platformy:</u> Platforma slúži pre stretnutia s aktérmi cestovného ruchu a s ostatnými prierezovými aktérmi (napr. oblasť kultúry), ktorým sa predstaví, čo bolo realizované v uplynulom roku a zároveň na diskusiu o prioritách, opatreniach a aktivitách na ďalší rok. Priority a opatrenia vybrané aktérmi slúžia ako odporúčanie pre riadiaci výbor pre prípravu akčného plánu na ďalší rok <u>Zloženie:</u> Stretnutia platformy sa zúčastňujú členovia riadiaceho výboru, členovia komisie pre miestny rozvoj a cestovný ruch a je otvorené komukoľvek, kto má záujem sa zúčastniť stretnutia <u>Zvoláva:</u> Manažér stratégie	1 x ročne, ideálne v júni

Zdroj: vlastné spracovanie

C4. Akčný plán

Akčný plán bude podrobne rozpracovaný na jar 2021, vypracuje ho tím odboru TIC a NOCR v súčinnosti s odborom kultúry a v spolupráci s autorkou dokumentu.

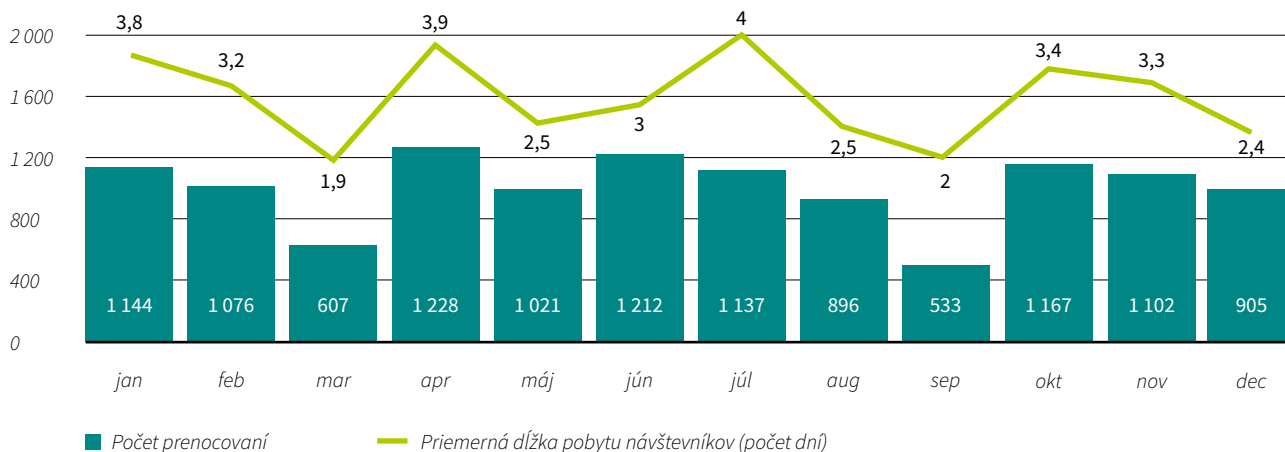
Prílohy

PRÍLOHA 1

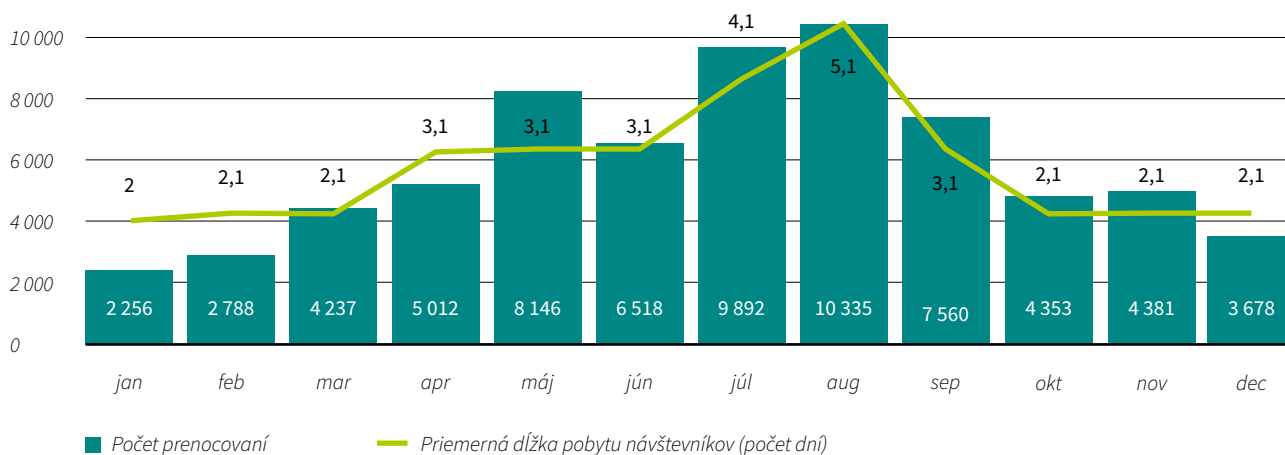
Návštevnosť nečlenských obcí NOCR v okrese Nitra, Topoľčany a Zlaté Moravce

Okres Nitra:

Graf: Počet prenocovaní a priemerná dĺžka pobytu návštevníkov v meste Vrábľe v roku 2019

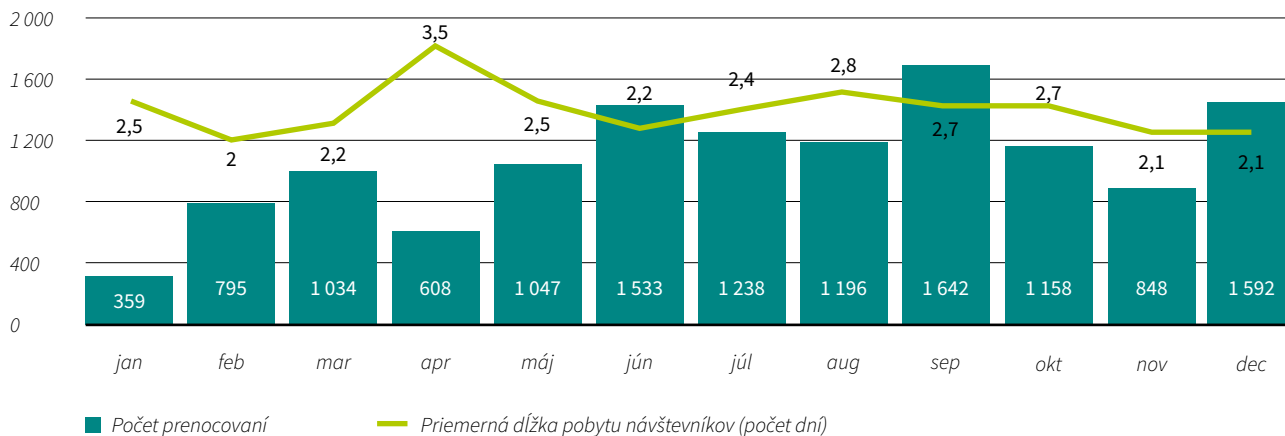


Graf: Počet prenocovaní a priemerná dĺžka pobytu návštevníkov v ostatných obciach okresu Nitra v roku 2019

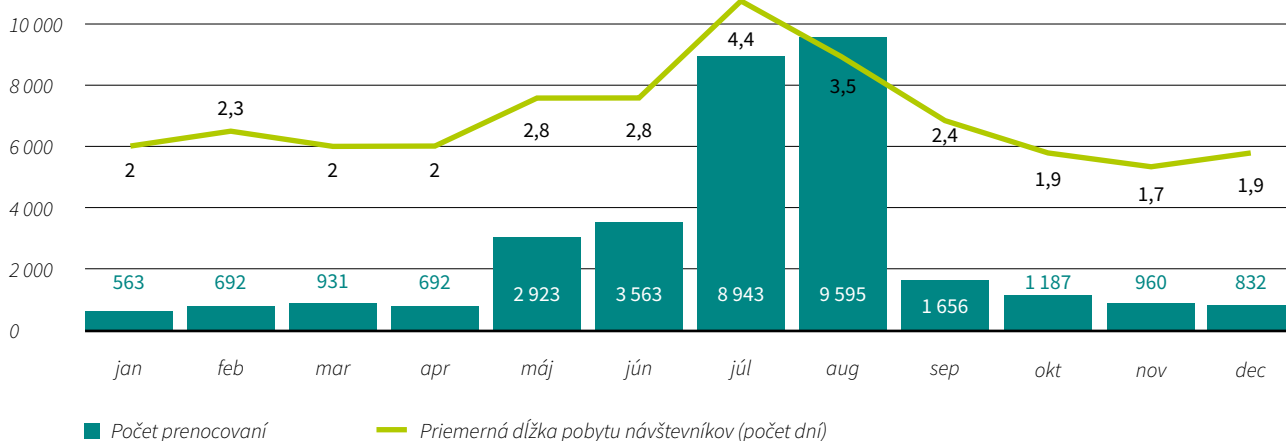


Okres Topoľčany:

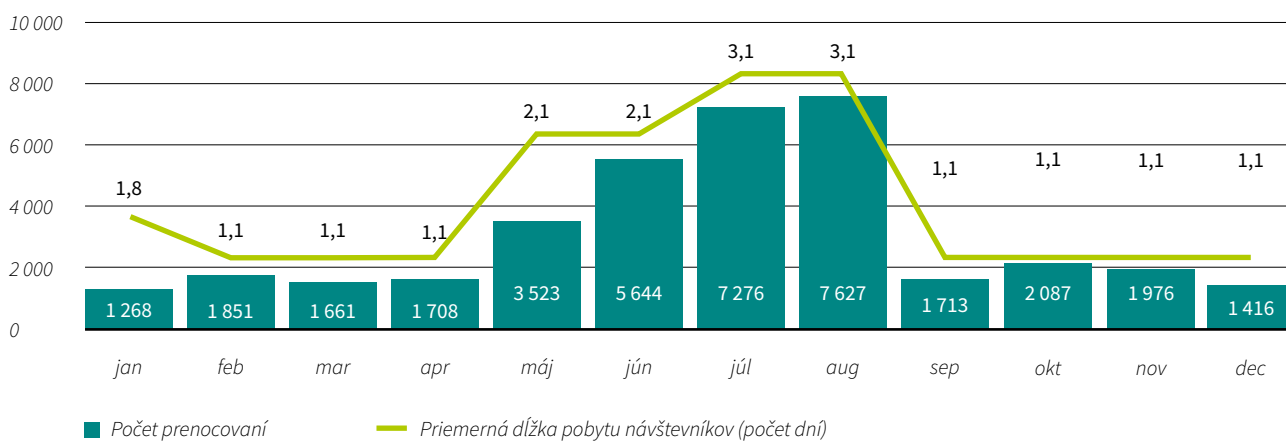
Graf: Počet prenocovaní a priemerná dĺžka pobytu návštevníkov v meste Topoľčany v roku 2019



Graf: Počet prenocovaní a priemerná dĺžka pobytu návštevníkov v obci Prašice v roku 2019

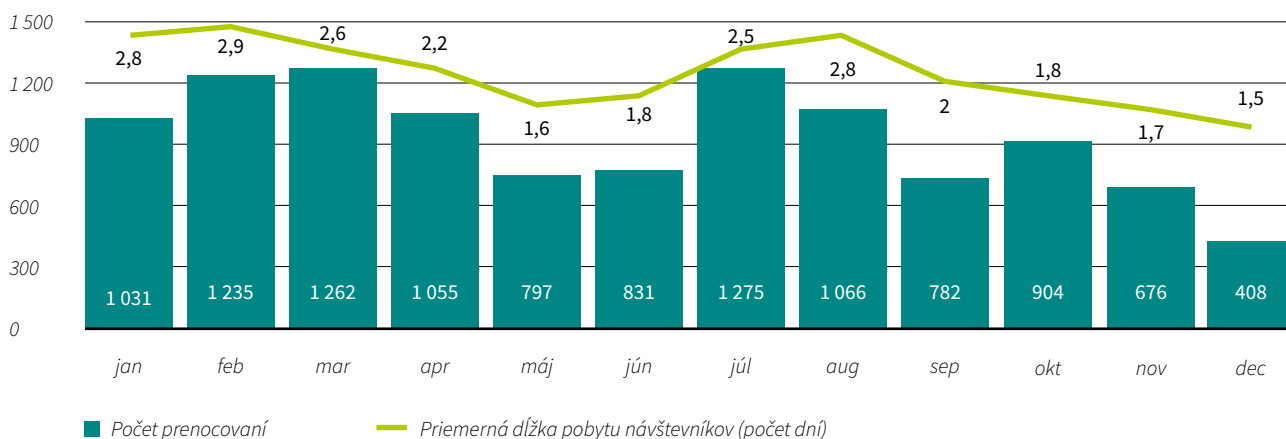


Graf: Počet prenocovaní a priemerná dĺžka pobytu návštevníkov v ostatných obciach okresu Topoľčany v roku 2019

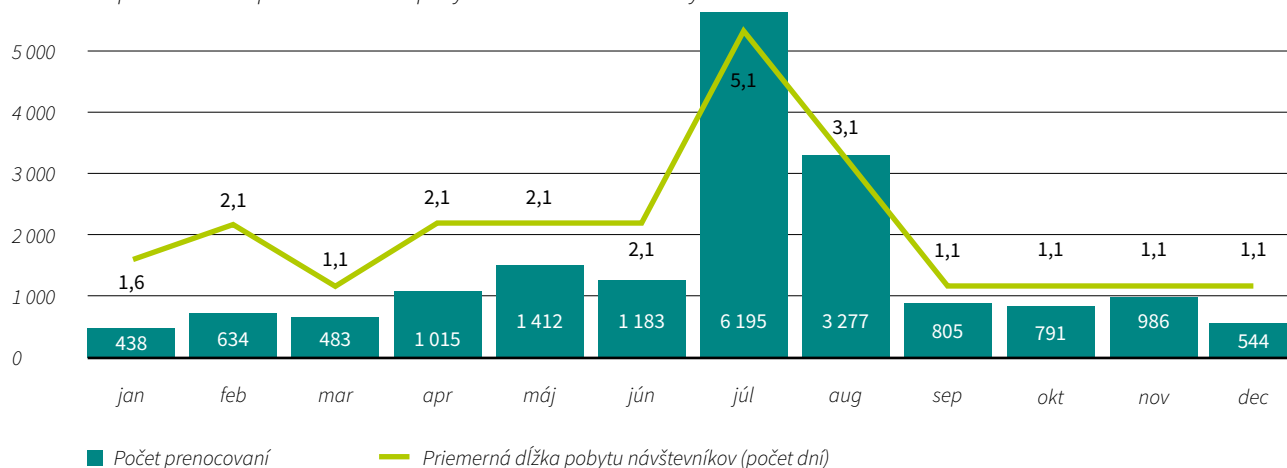


Okres Zlaté Moravce:

Graf: Počet prenocovaní a priemerná dĺžka pobytu návštevníkov v meste Zlaté Moravce v roku 2019



Graf: Počet prenocovaní a priemerná dĺžka pobytu návštevníkov v ostatných obciach okresu Zlaté Moravce v roku 2019



Zdroj: Vlastné spracovanie na základe údajov Štatistického úradu SR, 2020.

PRÍLOHA 2

Zariadenia v systéme „Certifikované ubytovanie na vidieku“

Názov ubytovacieho zariadenia	Lokalizácia ubytovacieho zariadenia	Držiteľ značky regionálny produkt PONITRIE
OKRES NITRA		
Chatová oblasť pod Gýmešom	Jelenec	Držiteľ značky NITRAVA
Kaštieľ Mojmirovce	Mojmirovce	-
Penzión Salaš Cabaj	Cabaj-Čápor	-
Privát Podhorany	Podhorany	-
Ranč Nové Sedlo	Cabaj-Čápor	-
Terra Wylak Vinárstvo & Penzión	Veľké Zálužie	-
Ubytovanie Hoppy	Lučnica nad Žitavou	-
Penzión Bruder	Mojmirovce	-
OKRES TOPOĽČANY		
Chateau Appony ****	Oponice	-
Penzión Slniečko	Rekreačná oblasť Duchonka, Prašice	-
Pizzeria a penzión Romantik	Ludanice	-
OKRES ZLATÉ MORAVCE		
Agroturistické zariadenie Nevidzany	Nevidzany	Držiteľ značky PONITRIE (víno)
Areál zdravia	Jedľové kostoľany	-
Hotel Hradná stráž ****	Topoľčianky	áno
Penzión Granarollo	Tesárske Mlyňany	áno
Penzión u Deda	Jedľové Kostoľany	-
Poľovnícky zámok Topoľčianky	Topoľčianky	-
Penzion Chateau Topoľčianky	Topoľčianky	-
OSTATNÉ OKRESY NSK		
	Názov ubytovacieho zariadenia	Lokalizácia ubytovacieho zariadenia
	Apartmány Maják	Patince
	Chata Fiore	Patince
Komárno	Patince Wellness Hotel	Patince
	Penzión Dana	Patince
	Penzión EMESE Ház	Búč

Levice	Camping Vodník	Jur nad Hronom
	Kúpalisko Santovka wellness	Santovka
	Park Hotel Hokovce	Hokovce
	Penzión Bažantnica	Starý Tekov
	Penzión Žemberovce	Žemberovce
	Ranč u Bobiho	Nový Tekov
	Horáreň Nový Tekov	Nový Tekov
	Penzión Majere	Pukanec – časť Majere
Nové Zámky	Koliba u Šidla	Kalná nad Hronom
	Apartmánové domy Michalka Podhájska	Podhájska
	Apartmány TOMINO	Radava
	Bungalovy Natura	Trávnica
	Penzión Kalvín	Rastislavice
	Penzión Prima	Podhájska
	Poľovnícky kaštieľ Palárikovo	Palárikovo
	Privát Arcadia	Podhájska
	Ranč TRILOBIT	Podhájska
	Rekreačné zariadenie LISKA	Radava
	Slnéčné apartmány	Podhájska
	Vilka Relax	Pozba
	Apartmány Daniela	Podhájska
	7 Wonders	Podhájska
Apartmán Chloe	Čechy	
Šaľa	Penzión Anikó	Diakovce
	Penzión Európa	Diakovce

Zdroj: www.ubytovaniemvidieku.sk, *vlastné spracovanie*, 2020.

PRÍLOHA 3

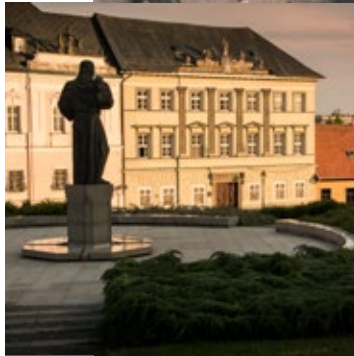
Zoznam certifikovaných zariadení zapojených v systéme Certifikované ubytovanie na vidieku, s územnou pôsobnosťou značky regionálny produkt PONITRIE (Samostatná príloha)

PRÍLOHA 4

Potenciálne predajné miesta regionálnych produktov v okresoch mimo pôsobenia značky RP a NOCR

OSTATNÉ OKRESY NSK	Názov ubytovacieho zariadenia	Lokalizácia ubytovacieho zariadenia
Komárno	Apartmány Maják	Patince
	Patince Wellness Hotel	Patince
	Penzión EMESE Ház	Búč
Levice	Kúpalisko Santovka wellness	Santovka
	Park Hotel Hokovce	Hokovce
	Penzión Bažantnica	Starý Tekov
	Horáreň Nový Tekov	Nový Tekov
	Koliba u Šidla	Kalná nad Hronom
Nové Zámky	Penzión Kalvín	Rastislavice
	Poľovnícky kaštieľ Palárikovo	Palárikovo
	Ranč TRILOBIT	Podhájska

Zdroj: *vlastné spracovanie*, 2020.



nitra.eu



visitnitra.eu