

DOVOLENKA NA
SLOVENSKU
DOBRY NÁPAD

Výročná správa 2024

SLOVAKIA
TRAVEL

Obsah

| | |
|-----------------------|----|
| O nás | 3 |
| Príhovor | 5 |
| Marketingové aktivity | 6 |
| Personalistika | 55 |
| Hospodárenie | 60 |
| Vízia | 68 |

O nás

SLOVAKIA TRAVEL je štátna rozpočtová organizácia. Vznikla 1. apríla 2021 a jej hlavnou činnosťou, ako národnej destinačnej organizácie v oblasti podpory rozvoja cestovného ruchu v Slovenskej republike, je propagácia a prezentácia Slovenskej republiky v zahraničí a na Slovensku ako cieľovej krajiny cestovného ruchu. SLOVAKIA TRAVEL je významným a strategickým partnerom značky SLOVENSKO, ktorej najväčšou hodnotou je autenticita obsiahnutá v bohatej histórii, inšpiratívnej súčasnosti a v budúcnosti, ktorá je tvorená nezameniteľným a atraktívnym obsahom.



Matej Fekete
generálny riaditeľ SLOVAKIA TRAVEL

Príhovor generálneho riaditeľa

Vážené dámy, vážení páni,

je mi ctou prihovoriť sa vám pri príležitosti zverejnenia výročnej správy našej organizácie.

Uplynulý rok ste pracovali naplno – na viacerých frontoch, v náročných podmienkach, s jasným cieľom: posunúť slovenský cestovný ruch vpred. A výsledky sú viditeľné.

Som úprimne rád, že môžem konštatovať: Slovensko má čo ponúknuť – a spoločne propagujeme to najcennejšie, čo máme. Našu krajinu.

Tento rok pred nás stavia výzvu, akú nemožno podceňiť – dôstojne a profesionálne reprezentovať Slovenskú republiku na Svetovej výstave EXPO 2025 v japonskej Osake.

Naša účasť na tomto prestížnom medzinárodnom fóre prinesie Slovensku konkrétne výsledky: zvýšené povedomie na ázijských trhoch, rast príjazdového cestovného ruchu a v konečnom dôsledku aj posilnenie ekonomiky.

Nie je to len o počtoch turistov – ide aj o impulz pre domáce podnikateľské prostredie.

Rovnako ma teší, že popri národnej expozícii prebiehajú v Japonsku aj dôležité stretnutia na podnikateľskej platforme. Partnerstvá, ktoré tam vznikajú, majú potenciál ďaleko presiahnuť rámec výstavy.

Slovenskú expozíciu už navštívila podnikateľská misia zložená zo zástupcov 30 malých a stredných podnikov pod vedením SARIO. Aj vďaka nim si Slovensko buduje nové mosty v Ázii.

Od svojho nástupu spolu s tímom SLOVAKIA TRAVEL systematicky pracujem na tom, aby sme našu krajinu prezentovali dôstojne, konzistentne a atraktívne – doma aj v zahraničí.

Slovensko si to zaslúži. A máme na čom stavať.

Podľa údajov Štatistického úradu SR chýbalo v roku 2024 len približne 516-tisíc ubytovaných hostí k historickému rekordovi z predpandemického roku 2019.

Slovenské hotely, penzióny a ďalšie zariadenia navštívilo takmer 6 miliónov ľudí. To je výsledok, na ktorý môžeme byť hrdí – a ktorý môžeme spolu ešte prekonať.

Zaujímavým ukazovateľom je aj štruktúra návštevnosti: takmer dve tretiny tvorili domáci turisti, zatiaľ čo približne 2,2 milióna návštevníkov prišlo zo zahraničia.

Obe čísla medziročne narástli – a práve účasť na výstave v Osake, ako aj naše aktivity v zahraničí, môžu tento trend ešte posilniť.

Vážené dámy, vážení páni,

ľudský faktor je pre mňa kľúčový. Úspech, ktorý sme dosiahli, je výsledkom vašej každodennej práce, vášho nasadenia, vašej vytrvalosti.

Ďakujem vám za to.

Marketingové aktivity

• Zimná imidžová kampaň s Petrou Vlhovou

Kampaňový spot s ambasádorkou SLOVAKIA TRAVEL lyžiarkou Petrou Vlhovou, zameranej na podporu zimnej turistickej sezóny na domácom a zahraničných trhoch.

EXEKÚCIA (PRE OFFLINE)

V rámci nasadenia na zahraničné trhy bola v roku 2024 slovenská kampaň doplnená o jazykové mutácie pre video a rádio:

- video spot s českým voiceoverom a packshotom
- rádio spot s poľským voiceoverom
- rádio spot s českým voiceoverom
- rádio s maďarským voiceoverom

MEDIÁLNE NASADENIE (PRE OFFLINE)

- TV pre trhy SK, CZ

TV - 30" reklamné spoty pre trhy SK a CZ

Slovensko - 8.1.2024 - 15.3.2024

STVR (76 reklamných spotov)

TV Joj (1027 reklamných spotov)

TV Markíza (589 reklamných spotov)

Česko - 15.1.2024 - 15.3.2024

TV Nova (593 reklamných spotov)

TV Prima (1 252 reklamných spotov)

- Rádio pre trhy SK, CZ, PL, HU

Rádio - 30" spoty pre trhy SK, CZ, PL, HU

Slovensko - 8.1.2024 - 16.3.2024

Rádio Expres (65 reklamných spotov)

Fun rádio (70 reklamných spotov)

Slovenský rozhlas (17 reklamných spotov)

Česko - 15.1.2024 - 2.2.2024

Rádio Impulz (25 reklamných spotov)

Rádio Kiss (30 reklamných spotov)

Evropa 2 (17 reklamných spotov)

Frekvence 1 (22 reklamných spotov)

Poľsko - 1.2.2024 - 9.3.2024

Rádio ZET, RMF FM (59 reklamných spotov)

Maďarsko - 15.2.2024 - 15.3.2024

Rádió 1 Network, Retro Rádió (77 reklamných spotov)

- Printové médiá pre trhy SK, CZ, PL

Slovensko - 7.2.2024 - 12.3.2024

Plus 7 dní, Trend, Eva, HN magazín, Pravda magazín, Slovenka - PR články a celostránková inzercia

Poľsko - 5.2.2024 - 21.3.2024

Newsweek, Show, Viva, Zwierciadlo, Glamour - PR články a celostránková inzercia

Česko - 11.2.2024 - 21.3.2024

Nedělný Blesk, Reflex, Lidé a Země, Marianne, Žena a život - PR články a celostránková inzercia

- OOH médiá pre slovenský trh

- Statické citylighty na zastávkach MHD a samostatne stojace vitríny - Bratislava, Košice, Banská Bystrica, Nitra, Prešov, Trnava, Trenčín, Žilina

- Digitálne citylighty v nákupných centrách - Bratislava, Košice

EXEKÚCIA (PRE ONLINE)

V rámci prípravy boli vyrobené 30" video spot, 15" video spot a statické bannery.

MEDIÁLNE NASADENIE (PRE ONLINE)

V rámci Slovenska, Česka a Poľska bola kampaň podporená aj prostredníctvom odvysielania komunikátov na najnavštevovanejších web stránkach, ktorých poskytovatelia boli zapísaný v zozname poskytovateľov audiovizuálnych mediálnych služieb na požiadanie. Kampaň prebiehala v termíne 19. 1. 2024 a trvala do 31. 3. 2024. Použité boli statické bannery a video reklama. Cieľom bolo odkomunikovať aktivity a zážitky (adrenalín, dobrodružstvo na zimnom svahu aj mimo neho), ktoré môžu ľudia vyskúšať a zažiť vo vybraných lokalitách na Slovensku v zimnej sezóne a motivovať ich, aby chceli cestovať po Slovensku.

V rámci online priestoru bola zimná časť kampaň komunikovaná prostredníctvom reklamy na sociálnych sieťach Facebook a Instagram a v rámci siete Google cez YouTube a GDN. Kampaň bola spustená 24. 1. 2024 a trvala do 31. 3. 2024 a od 6. 2. 2024 do 31. 3. 2024. Kampaň bežala na Slovensku, Česku, Poľsku a Maďarsku.

• Jarná imidžová kampaň

Na zimnú časť kampane nadviazala jarná imidžová kampaň, ktorej cieľom bolo spropagovať prírodné krásy Slovenska.

EXEKÚCIA (PRE ONLINE)

V rámci prípravy boli vyrobené 30“ video spot, 15“ video spot a statické bannery.

MEDIÁLNE NASADENIE (PRE ONLINE)

V rámci online priestoru bola zimná časť kampaň komunikovaná prostredníctvom reklamy na sociálnych sieťach Facebook a Instagram a v rámci siete Google cez YouTube a GDN. Kampaň bola spustená 15. 2. 2024 a trvala do 31. 3. 2024. Kampaň bežala na Slovensku, Česku, Poľsku, Maďarsku. Cielili sme aj na širšie zahraničie, konkrétne Nemecko. Cieľenie bolo zamerané na ľudí so záujmom cestovať, dovolenkovať či ísť na turistiku. Použité boli statické bannery a video reklama.

Na základe média plánu od poradenskej agentúry sme cez dynamický nákupný systém vysúťažili aj kampaň mimo sociálnych sietí a platformy Google. Kampaň bola spustená na Slovensku, Česku, Poľsku a Nemecku. Kampaň prebiehala v rovnakom termíne 15. 2. 2024 a trvala do 31. 3. 2024. Použité boli display reklama a video reklama. Cieľom bola propagácia a prezentácia Slovenska ako turistickej destinácie.

• Letná kampaň – Imidž , Citybreak

Kampaň, zameraná na podporu letnej dovolenky na Slovensku určená pre domáci a zahraničné trhy. Komunikovali sme v dvoch vlnách – Kampaň Imidž (aktívna dovolenka, prírodné krásy Slovenska) a Kampaň Citybreak (mestská turistika, architektúra, kultúra).

EXEKÚCIA (PRE OFFLINE)

V rámci nasadenia na zahraničné trhy bola v roku 2024 slovenská kampaň doplnená o jazykové mutácie pre video a rádio:

- video spot s českým voiceoverom a packshotom
- video spot s maďarským voiceoverom a packshotom
- rádio spot s poľským voiceoverom
- rádio s maďarským voiceoverom

MEDIÁLNE NASADENIE (PRE OFFLINE)

- TV pre trhy SK, CZ, HU

TV – 30“ reklamné spoty pre trhy SK, CZ a HU

Slovensko – 1.5.2024 – 14.7.2024

STVR (39 reklamných spotov)
TV Joj (1279 reklamných spotov)
TV Markíza (710 reklamných spotov)

Česko – 1.5.2024 – 14.7.2024

TV Nova (654 reklamných spotov)
TV Prima (1 611 reklamných spotov)

Maďarsko – 1.6.2024 – 31.7.2024

Film+, Comedy Central, Cool, RTL, RTL KETTŐ,
Viasat3, AMC*, RTL3*, Sorozat+*, Galaxy4,
Mozi+, Moziverzum, Prime TV, Super ,TV2, TV2
(4 554 reklamných spotov)

- Rádio pre trhy SK, CZ, PL, HU

Rádio – 30“ spoty pre trhy SK, CZ, PL, HU

Slovensko – 2.5.2024 – 12.7.2024

Rádio Expres (149 reklamných spotov)
Fun rádio (185 reklamných spotov)
Slovenský rozhlas (28 reklamných spotov)

Česko – 2.5.2024 – 13.6.2024

Rádio Impulz (135 reklamných spotov)
Rádio Kiss (95 reklamných spotov)
Evropa 2 (103 reklamných spotov)

- Printové médiá pre trhy SK, CZ, PL, HU

Slovensko – 15.5.2024 – 24.6.2024

Plus 7 dní, Forbes, HN magazín, Slovenka, Eva,
Evita magazín, GEO – PR články a celostránková
inzercia

Česko – 20.5.2024 – 28.6.2024

Marianne, Blesk pro ženy, Ona dnes, Téma, Lidé
a země, Žena a život, Forbes – PR články
a celostránková inzercia

Poľsko – 20.5.2024 – 3.7.2024

Newsweek, Motor, Viva, Zwierciadlo, Wysokie
obcasy, NG Traveler – PR články a celostránková
inzercia

- OOH médiá pre trhy SK, CZ a AT

Slovensko – 28.5.2024 – 30.6.2024

- Statické citylighty na zastávkach MHD a
samostatne stojace vitríny - Bratislava, Košice,
Banská Bystrica, Nitra, Prešov, Trnava, Trenčín,
Žilina
- Digitálne citylighty v nákupných centrách –
Bratislava, Košice

Česko – 1.6.2024 – 30.6.2024

- Statické citylighty a samostatne stojace
vitríny na zastávkach MHD, metro, pešie zóny,
námestia – Praha, Brno, Ostrava
- Digitálne citylighty na železničných
staniciach a metro staniciach – Praha, Brno,
Ostrava

Poľsko – 1.5.2024 – 8.6.2024

Rádio ZET, RMF FM (88 reklamných spotov)

Maďarsko – 6.5.2024 – 10.7.2024

Rádió 1 Network, Retro Rádió (62 reklamných
spotov)

Maďarsko – 20.5.2024 – 3.7.2024

HVG, Nők Lapja, Nők Lapja Évszakok, National
Geographic, Glamour, AZ Utazó Magazin
– PR články a celostránková inzercia

Maďarsko v rámci zahraničného zastúpenia – 9.9.2024 – 11.11.2024

Az Utazó, Világjáró, First Class, HTM,
Borlovagok, Diplomacy and Trade, Hungarian
Golf Magazin – celostránková inzercia

Česko v rámci zahraničného zastúpenia – 21.8.2024-16.9.2024

Vlasta, GLANC, CHOICE, Reportér
– celostránkové inzercie

Rakúsko – letisko Schwechat

1.7.2024 – 30.9.2024

- monitory – hala výdaj batožiny – LED video
steny – centrálny príchod

• Letná kampaň - Imidž

EXEKÚCIA (PRE ONLINE)

V rámci prípravy boli vyrobené 30“ video spot, 15“ video spot a statické bannery.

MEDIÁLNE NASADENIE (PRE ONLINE)

V letnej brandbuildingovej kampani sme prostredníctvom online reklamy komunikovali informáciu, že letná dovolenka na Slovensku sa dá tráviť aktívne – adrenalín, jaskyne, ferraty, hory, turistika. Kampaň sa tiež zameriavala na prírodné krásy Slovenska. V rámci Slovenska, Česka, Poľska, Maďarska a Nemecka bola kampaň podporená aj prostredníctvom odvysielania komunikátov na najnavštevovanejších web stránkach, ktorých poskytovatelia boli zapísaní v zozname poskytovateľov audiovizuálnych mediálnych služieb na požiadanie. Mediálne plánovanie zabezpečovala poradenská agentúra. Kampaň trvala od 1. 5. 2024 do 15. 7. 2024.

V rámci online priestoru bola táto letná kampaň komunikovaná prostredníctvom reklamy na sociálnych sieťach Facebook a Instagram a v rámci siete Google cez YouTube a GDN. Kampaň bola spustená v rovnakom období od 1. 5. 2024 do 15. 7. 2024. Kampaň bežala na Slovensku, Česku, Poľsku, Maďarsku a Nemecku. Použité boli statické bannery a video reklama.

• Letná kampaň - CityBreak

EXEKÚCIA (PRE ONLINE)

V rámci prípravy boli vyrobené 30“ video spot, 15“ video spot a statické bannery.

MEDIÁLNE NASADENIE (PRE ONLINE)

V tejto letnej kampani sme Slovensko propagovali so zameraním na mestskú turistiku, architektúru a kultúru, na atraktívne a pulzujúce zážitky v slovenských mestách, návštevy kaviarní, galérií či podnikov. V rámci Slovenska, Česka, Poľska, Maďarska a Nemecka bola kampaň podporená aj prostredníctvom odvysielania komunikátov na najnavštevovanejších web stránkach, ktorých poskytovatelia boli zapísaní v zozname poskytovateľov audiovizuálnych mediálnych služieb na požiadanie. Išlo o poskytovateľov, ktorí patria medzi najnavštevovanejšie portály s cieľom dostať informáciu o letnej dovolenke k cieľovej skupine a dosiahnuť tak efektívny zásah. Kampaň trvala od 15. 5. 2024 do 15. 7. 2024.

V rámci online priestoru bola táto letná kampaň komunikovaná prostredníctvom reklamy na sociálnych sieťach Facebook a Instagram a v rámci siete Google cez YouTube a GDN. Kampaň bola spustená v rovnakom období od 15. 5. 2024 do 15. 7. 2024. Kampaň bežala na Slovensku, Česku, Poľsku, Maďarsku a Nemecku. Použité boli statické bannery a video reklama.

• Zimná imidžová kampaň

Kampaňový spot zameraný na podporu zimnej turistickej sezóny, komunikovaná na domácom a zahraničných trhoch.

EXEKÚCIA (PRE OFFLINE)

V rámci nasadenia na zahraničné trhy bola v roku 2024 slovenská kampaň doplnená o jazykové mutácie pre video a rádio:

- video spot s českým voiceoverom a packshotom
- video spot s poľským voiceoverom a packshotom
- video spot s maďarským voiceoverom a packshotom
- video spot s anglickým voiceoverom a packshotom
- rádio spot s českým voiceoverom
- rádio s maďarským voiceoverom

MEDIÁLNE NASADENIE (PRE OFFLINE)

- TV pre trhy SK, CZ, PL, HU, EUROSPORT (rôzne krajiny)

TV – 20“ reklamné spoty pre trhy SK, CZ, PL, HU, rôzne krajiny

Slovensko – 29.11.2024 – 9.2.2024

STVR (236 reklamných spotov)

TV Joj (689 reklamných spotov do konca roka 2024)

TV Markíza (655 reklamných spotov do konca roka 2024)

TA3 (1 003 reklamných spotov)

Maďarsko – 1.12.2024 – 10.12.2024

Fishing and Hunting (90 reklamných spotov)

Dikh TV (90 reklamných spotov)

Magyar Mozi TV (90 reklamných spotov)

Poľsko – 17.11.2024 – 8.12.2024

POLSAT, TVN MAX, TVP MIX,

Premium TV Zasięg Prime,

olsat pakiet ogólny

RÔZNE KRAJINY V RÁMCI EUROSPORT – 25.11.2024 – 18.12.2024

EUROSPORT 1, EUROSPORT 2 – (280 reklamných spotov v krajinách: Albania, Andorra, Armenia, Austria, Azerbaijan, Belarus, Belgium, Bosnia Herzegovina, Bulgaria, Croatia, Cyprus, Czech Republic, Denmark, Estonia, Finland, France, Georgia, Germany, Greece, Hungary, Iceland, Ireland, Israel, Italy, Kazakhstan, Kosovo, Kyrgyzstan, Latvia, Liechtenstein, Lithuania, Luxembourg, Macedonia Malta, Moldova, Monaco, Montenegro, Morocco, Netherlands, Norway, Poland, Portugal, Romania, San Marino, Serbia, Slovakia, Slovenia, Spain, Sweden, Switzerland, Turkey, Ukraine, United Kingdom, Vatican)

- Rádio pre trhy SK, CZ, HU

Rádio – 30“ spoty pre trhy SK, CZ, HU

Slovensko – 29.11.2024 – 29.12.2024

D.EXPRES, k.s. (Rádio Melody, Europa 2, Expres, Rock - 264 reklamných spotov)
Best FM (143 reklamných spotov)
SiTy (220 reklamných spotov)
VIVA (203 reklamných spotov)
Slovenský rozhlas (206 reklamných spotov)

Česko – 11.11.2024 – 8.12.2024

Rádio Impulz (88 reklamných spotov)
Rádio Kiss (55 reklamných spotov)
Evropa 2 (56 reklamných spotov)

- Printové médiá pre trhy SK, CZ, PL, HU

Slovensko – 18.11..2024 – 6.12..2024

Pravda magazín, Forbes, HN magazín, SME ženy, Relax – mag. O zdravotnom štýle, National geographic, Slovenka, Eurotelevízia – PR články a celostránková inzercia

Česko – 27.11.2024 – 12.12..2024

Chvilka pro tebe, Téma, Ona Dnes, Žena a život, Cosmopolitan, Blesk pro ženy, Nedělní Blesk, Lidé a Země – PR články a celostránková inzercia

Poľsko – 2.12.2024 – 5.12.2024

Świat i ludzie, Chwila dla Ciebie, Twoje Imperium, Życie na goraco, Rweia – PR články a celostránková inzercia

Maďarsko – 21.11.2024 – 6.12.2024

HVG, HVG - Gastro & Travel, Advent magayine supplement, Nók Lapja, Story, Best, Meglepetés, Nók Lapja Tél, National Geographic, Marie Claire, Kiskegyed + Blikk Nók package, Kiskegyed, Blikk Nók Otthon & Kert – PR články a celostránková inzercia

Maďarsko – 15.2.2024 – 15.3.2024

Rádió 1 Network, Retro Rádió, Rádio Dikh (214 reklamných spotov)

Maďarsko v rámci zahraničného zastúpenia – 1.11.2024 – 8.12.2024

Rádiocaffé 98, RÁDIO Trend FM, Rádio Slager FM – 30“ reklamné spoty, 20“ spot podpora programu, moderátorské vstupy

Maďarsko v rámci zahraničného zastúpenia november – december 2024

Érdi Hírek, Diósd Héjban, Zámori Hírek, Magyar Kút (Etyek közéleti magazinja), Otthonunk Sósút, Kilátó Magazin, First Class, Világjáró, Kniha v MJ: Nízke Tatry, Az Utazó, HTM, Borlovagok, Diplomacy and Trade, SKYplusz

Česko v rámci zahraničného zastúpenia november – december 2024

SNOW, Reportér, CHOICE, Vlasta, Glanc, Koktejl – celostránková inzercia

Česko v rámci zahraničného zastúpenia november – december 2024

Allinclusive, Travel Poland, National Geographic Traveler, BusinessTraveller, Wiadomosci turystyczne, Nowa turystyka, Na narty – PR články a celostránková inzercia

- OOH médiá pre český trh

- Polep električky – Praha
- Digitálne citylighty na zastávkach MHD – Praha
- Digitálne citylighty na staniciach metro, obchodné centrá a železnice – Praha, Brno, České Budějovice, Plzeň, Zlín, Olomouc, Pardubice, Ostrava, Hradec Králové, Kutná Hora, Karlovy Vary a ďalšie
- Smartborad – Praha, Brno, Plzeň, České Budějovice

- Kiná pre trhy SK, CZ, RO

Kiná CINEMAX – 21.11.2024 – 11.12.2024 , 21.12.2021 – 29.12.2024

Spolu 8 596 reklamných spotov

EXEKÚCIA (PRE ONLINE)

V rámci prípravy boli vyrobené 20“ video spot, 15“ video spot a statické bannery.

MEDIÁLNE NASADENIE (PRE ONLINE)

Cieľom kampane bolo prilákať čo najväčší počet turistov, prevládajúce témy kampane sú aktívny oddych a zimné športy. V Česku kampaň bežala v období od 11. 11. 2024 do 12. 12. 2024, v Poľsku v termíne od 11. 11. 2024 do 8. 12. 2024 a v Maďarsku v období od 21. 11. 2024 do 13. 12. 2024. Okrem krajín V4, sme kampaň spustili aj na nemecky hovoriacich trhoch, v Rakúsku aj v Nemecku bežala od 25. 11. 2024 do 8. 12. 2024. Zamerali sme aj na Veľkú Britániu, kampaň bola na tomto trhu spustená v termíne od 25. 11. 2024 do 8. 12. 2024. Prvýkrát sme kampaň spustili aj na škandinávskom trhu. Vo Švédsku a vo Fínsku kampaň bežala od 25. 11. 2024 do 8. 12. 2024.

V rámci online priestoru bola táto kampaň komunikovaná prostredníctvom reklamy na sociálnych sieťach Facebook a Instagram a v rámci siete Google cez YouTube a GDN. Kampaň bola spustená v rovnakom období od 15. 11. 2024 do 19. 11. 2024 a 4.12. 2024 do 27. 12. 2024. Kampaň bežala na Slovensku, Česku, Poľsku, Maďarsku. Použité boli statické bannery a video reklama.

V súvislosti s realizáciou marketingovej kampane ZIMA 2024 sa realizovalo ešte niekoľko ďalších aktivít nasadených v online prostredí, ktoré sú vymenované nižšie.

ZOZNAM TV (11.11. – 10.12.2024)

Súčasťou kampane ZIMA je aj odvysielanie 15“ video spotu na internetovej televízii Zoznam TV. Spot mal podobu prerollu, bol prehrávaný pred redakčným obsahom internetovej Zoznam TV. Kampaň bola spustená v období od 11. 11. 2024 do 10. 12. 2024. Cieľom kampane bola propagácia a podpora cestovného ruchu na Slovensku.

NEWS & MEDIA HOLDING (29.11.2024 – 10.12.2024)

Súčasťou kampane ZIMA je aj odvysielanie 20“ video spotu na internetovej televízii plustv.sk v rámci podpory cestovného ruchu na Slovensku v období zimy. Spot mal podobu prerollu, bol prehrávaný pred redakčným obsahom na portáli plustv.sk. Kampaň bola spustená v období od 29. 11. 2024 do 10. 12. 2024.

• Publikácie

Tím SLOVAKIA TRAVEL tvorí produktové publikácie od konceptu, grafického návrhu a prevedenia, tvorby obsahovej časti, prekladov do požadovaných jazykov, až po tlač. V roku 2024 sme v spolupráci s tímom internej redakcie a grafického oddelenia vytvorili publikácie na tieto témy:

SLOVENSKO – všeobecná brožúra

- nemecký jazyk

SLOVENSKO Cyklocesty – 13 prekvapivých trás

Všeobecná reprezentatívna brožúra, online verzia a tlač

- slovenský jazyk
- anglický jazyk

Letné olympijské hry Paris 2024

aktualizovali sme brožúru **SLOVENSKO** všeobecná brožúra a **SLOVENSKO Chute** – tlač/online

- slovenský jazyk
- francúzsky jazyk

CIIE Shangai 2024

Aktualizovaná brožúra **SLOVENSKO – blízke a prekvapivé**, skrátená verzia

- čínsky jazyk

• Interná redakcia

Zabezpečuje produkciu textových materiálov, ktoré ako organizácia používame na propagáciu Slovenska. Počas roka sa podieľala na nasledovných aktivitách:

ROZVOJ WEBOVEJ STRÁNKY WWW.SLOVAKIA.TRAVEL

- cykloturistika (slovenská, anglická verzia)
- vytvorenie novej sekcie článkov „fotogenickým miestam na stope“ k sezónnym tipom (SJ, AJ, HU)
- produkcia nových článkov na podporu zimných kampaní (lyžovačka vo vybraných destináciách a aktivity v okolí).
- spolupráca s OOCR a KOOCR na tvorbe blogu Krížom-krážom krajmi (www.slovakia.travel/krizom-krazom-krajmi) = každý mesiac 8 článkov z 8 rôznych regiónov s aktuálnou ponukou zážitkov na vopred určenú tému (harmonogram predstavovania jednotlivých OOCR vopred dohodnutý so všetkými KOOCR).
- produkcia sezónne ladených článkov
- aktualizácia obsahu na základe interných požiadaviek (zmena údajov, nové publikácie...) i externých žiadostí z jednotlivých destinácií (KOOCR, OOCR, asociácie, jednotlivé destinácie ...).
- tvorba landing pages ku prebiehajúcim kampaniam (leto, jeseň, zima) v príslušných jazykových mutáciách

TVORBA OBSAHU V RÁMCI KAMPANÍ A SPOLUPRÁC

- Pre portál www.visiteurope.com v réžii European Travel Commission sme na mesačnej báze dodávali článok na vopred stanovenú tému
- Články na webové stránky/do newsletterov/materiálov našich partnerov v rámci nami podporovaných podujatí (napr. Medzinárodný maratón mieru v Košiciach, L'Etape Slovakia by Tour de France v Bratislave, Svetový pohár v Jasnej, Slovenský olympijský dom v Paríži a iné...)
- Články do externých médií v rámci hlavných kampaní či v rámci kampaní realizovaných zahraničnými zastúpeniami
- Príprava (textových aj fotografických) podkladov pre médiá k jednotlivým kampaniam

• Grafické oddelenie

Má na starosti tvorbu vizuálnych výstupov, dohliadanie na dodržiavanie dizajn manuálu a správu fotografického a video materiálu. Počas roka boli zrealizované najmä tieto aktivity:

VELTRHY A VÝSTAVY

V roku 2024 grafické oddelenie vytvorilo vizualizácie stánkov pre 17 veľtrhov a výstav v 13 krajinách. Grafické návrhy sprievodných materiálov k akciám – pozvánky, destinačné prezentácie a iné.

GRAFICKÉ SPRACOVANIE PUBLIKÁCIÍ

Realizované boli brožúry SLOVENSKO Cyklocesty – 13 prekvapivých trás (SK, AJ) a SLOVENSKO Chute preklad do FJ, SLOVENSKO blízke a prekvapivé preklad do CN.

REKLAMNÉ PREDMETY, SYSTÉMY, ROLL-UPY

Grafický návrhy a aktualizácia predmetov a rôznych reklamných materiálov (roll-up, steny,...) s brandingom SLOVAKIA TRAVEL alebo Dovolenka na Slovensku/Travel to Slovakia.

JASNÁ 2024 – podpis karty, fotostena, tvorbe fotografií.

TVORBA DOKUMENTOV

Prezentácie, formuláre, newsletter pre odbornú verejnosť, výročná správa, zadania pre agentúry v rámci procesu verejného obstarávania. Vytvorený bol dizajn manuál digitálneho marketingu, dizajn manuál logotypov pre používanie OOCR/KOCR.

REALIZÁCIA HLAVNÝCH A PRODUKTOVÝCH REKLAMNÝCH KAMPANÍ

Rozpracovanie kľúčových vizuálov podľa požiadaviek interných zadávateľov – printová reklama, online formáty (social, GDN, tradičné médiá – bannery, branding, a iné) a iné formáty ako napríklad nálepky, kartičky.

OLYMPIJSKÝ FESTIVAL KUHAJDA BRATISLAVA

Stánok, lehátka, vedomostné hračky

SPRÁVA INTERNEJ FOTO/VIDEO DATABÁZY

Priebežné dopĺňanie prijatých médií (foto + video) napr. od OOCR/KOCR, agentúr a ich zaevidovanie s príslušnými informáciami (práva a iné).

CYKLOKAMPAŇ Online

Tvorba videa a séria vizuálov

PODCAST SLOVAKIA UNTOLD

Vytvorenie brandingu internetového vysielania

OSTATNÉ AKTIVITY

Výber a úprava fotiek/videí podľa interných požiadaviek alebo externých zadávateľov ako napríklad ministerstvá, veľvyslanectvá alebo iní partneri.

• Tvorba vlastného fotografického obsahu

Počas roka boli realizované nasledovné fotoprodukcie:

- fotografovanie našich eventov a aktivít, ktoré sme buď priamo organizovali alebo sme na nich participovali
- fotografovanie pre potreby vzniku brožúr, materiálov, bannerov na výstavách, fotopoolu
- produkčné fotografovania tituliek našich materiálov podľa zadaní

• Sociálne médiá

Pokračovali sme v priebežnej dennej komunikácii. Celkovo sme spravovali 17 profilov – 8 na Facebooku, 3 na Instagrame, 2 YouTube, 2 profily na LinkedIn 2 na Tik-Toku.

Najúspešnejšie video na Tik-Toku má viac ako 1,8 milióna videní a získalo 1 156 likeov. V prípade Facebooku sa nám podarilo prekročiť hranicu 56 tisíc followerov. Na Instagrame celkový počet dosiahol viac ako 63 tisíc followerov. Profil na LinkedIn nevyužívame len na korporátne PR, ale aj na informovanie o segmente cestovného ruchu (dáta, štatistiky, rozvoj regionálnych vzťahov s OOCR/KOCR). Na YouTube pridávame predovšetkým kampaňové videá, pričom celkový počet videní za rok 2024 presiahol 15 miliónov. Okrem toho sme začali pridávať cestovateľské vlogy v podaní nášho anglicky hovoriaceho externého partnera Zulfa Hyatta-Khana.

Novinkou bolo založenie účtov určených na komunikáciu EXPO 2025 Osaka.

• Spustenie korporátneho webu slovakiaexpo.sk

V súvislosti s účasťou Slovenska na svetovej výstave EXPO 2025 v Osake sme spustili webovú stránku, ktorej cieľom je rozšíriť propagačný kanál o webstránku a týmto spôsobom informovať verejnosť o našich aktivitách súvisiacich s prípravou a priebehom prezentácie Slovenska aj v online priestore.

• Vývoj a spustenie webu house.olympic.sk

Za účelom prezentácie Slovenského olympijskeho domu v Paríži sme v spolupráci so Slovenským olympijským a športovým výborom vytvorili webovú stránku house.olympic.sk.

• Kalendár a online PFka 2024

Výroba kalendárov z vlastnej tvorby SLOVAKIA TRAVEL bola spojená s myšlienkou novoročného PF pozdravu, ktorý je určitou formou poďakovania a budovania dobrých vzťahov s dôležitými partnermi a spolupracovníkmi SLOVAKIA TRAVEL. Kalendárom, ktorého obsahom sú aj fotografie zároveň prezentujeme krásy Slovenska a budujeme imidž organizácie a krajiny ako dovolenkovej destinácie.

• Spolupráce s letiskami

LETISKO M.R. ŠTEFÁNKA BRATISLAVA

- celoročná spolupráca, prenájom reklamných plôch v areáli letiska
- prenájom reklamného priestoru na palubných vstupenkách

LETISKO POPRAD

- celoročná spolupráca, prenájom reklamných plôch v interiéri a exteriéri letiska

LETISKO VIEDEŇ SCHWECHAT

- reklamný priestor vo videoslucke na LCD monitoroch v priletovej hale počas trvania komunikačných kampaní

• Marketingové spolupráce 2024

V rámci projektovej podpory so zameraním na medzinárodný dosah boli realizované nasledovné podujatia (príprava dokumentácie, zmlúv, plnení, branding, komunikácia s organizátormi):

- Svetový pohár v zjazdovom lyžovaní žien Jasná 2024
- Majstrovstvá Európy v Biatlone v Osrblí
- 500km slovenských
- L'étape Slovakia by Tour de France
- Okolo Slovenska
- Medzinárodný maratón mieru Košice
- Atletické majstrovstvá Európy U18
- Filmový festival Viedeň
- Malkia park
- Slovakia Ring
- Hronsek

V roku 2025 bolo podporených 59 subjektov v celkovej sume 2 654 727 €

• Ambasádori 2024

V roku 2024 sme pokračovali v úspešnej marketingovej spolupráci s **Petrou Vlhovou** a **tímom Žampa**, ktorí prezentovali a propagovali Slovensko ako destináciu cestovného ruchu prostredníctvom viditeľne umiestneného loga „Travel to Slovakia Good Idea“ na súťažných a tréningových kombinézach a na športovom oblečení. Slovakia travel spolupracovala so športovcami aj na sociálnych sieťach, kde majú veľký počet zahraničných sledovateľov. Tento komunikačný kanál sme využívali na propagáciu konkrétnych atraktívnych lokalít na Slovensku.

Reklamné predmety

• Mass market

Príprava a realizácia verejného obstarávania niekoľkých druhov reklamných predmetov so širokým využitím (veľtrhy, výstavy, workshopy, presstripy, partneri a spolupráce) s primárnym zameraním na cestovanie a turistiku s cieľom priblížiť sa k širokej cieľovej skupine, upútať, vzbudiť záujem a budovať pozitívny imidž a poznateľnosť značky Slovensko ako dovolenkovej destinácie.

• Made in Slovakia

Príprava a realizácia verejného obstarávania niekoľkých druhov predmetov. Každému predmetu sa prispôbil vlastný branding SLOVAKIA TRAVEL spolu s komplimentkou s krátkym vysvetľujúcim textom o proveniencii a tradičnom spôsobe výroby.

V rámci propagácie cestovného ruchu predovšetkým v zahraničí potrebuje SLOVAKIA TRAVEL zabezpečiť reprezentatívne predmety s prepojením na slovenskú prírodu, kultúru a tradičné remeslá. Ako národná destinačná organizácia chceme Slovensko prezentovať aj prostredníctvom produktov navrhnutých a vyrobených na Slovensku – udržateľne, tradičným spôsobom a z lokálnych zdrojov.

PR aktivity

Odbor komunikácie SLOVAKIA TRAVEL v roku 2024 aktívne prezentoval Slovensko ako atraktívnu dovolenkovú a turistickú destináciu tak na domácom ako aj zahraničnom trhu. Budoval tiež dobré meno a silnú pozíciu značky SLOVAKIA TRAVEL ako stabilnej a dôveryhodnej organizácie.

Odbor komunikácie sa v roku 2024 venoval externej komunikácii s médiami, Slovensko ako aj značku SLOVAKIA TRAVEL prezentoval prostredníctvom proaktívnej a reaktívnej komunikácie s novinármi, členovia tímu Odboru komunikácie tvorili a publikovali tlačové správy s cieľom bezplatnej propagácie Slovenska a národnej organizácie pre propagáciu cestovného ruchu SLOVAKIA TRAVEL na slovenskom ako aj medzinárodnom mediálnom trhu.

Odbor komunikácie písal a tvoril PR články publikované v slovenskej tlači.

Odbor komunikácie organizačne aj obsahovo a následne priamo dohľadom na mieste nakrúcania sa podieľal na výrobe dvoch relácií, na ktorých SLOVAKIA TRAVEL spolupracovala v roku 2024 s TV TA 3. Spomínanými reláciami boli: Tajomstvá Slovenska a Chutné Slovensko.

Odbor komunikácie v roku 2024 zastrešoval internú komunikáciu do vnútra spoločnosti prostredníctvom komunikačného nástroja - interného share-pointu. Odbor sa tiež výrazne podieľal na tvorbe a výrobe B2B newslettera, zasielanom každé dva mesiace na odbornú verejnosť, ako aj na zamestnancov spoločnosti SLOVAKIA TRAVEL.

• Svetová výstava v Japonsku – EXPO 2025 OSAKA – komunikácia

Odbor komunikácie v roku 2024 aktívne pracoval na PR prezentácii Slovenska v súvislosti s blížiacou sa Svetovou výstavou v japonskom meste Osaka a účasti Slovenska na nej prostredníctvom expozície.

Odbor komunikácie pripravoval tematické PR články, tvoril a distribuoval tlačové správy, spolupodieľal sa na tvorbe príspevkov na sociálnych sieťach ako aj internej komunikácii.

Podpora cestovného ruchu – aktivity

• Veľtrhy a výstavy

LETNÉ OLYMPIJSKÉ HRY, SLOVENSKÝ DOM PARÍŽ

Olympijské hry sú jedným z najväčších športových udalostí na svete, ktoré zaujmú tisíce návštevníkov z rôznych krajín. Spájanie cestovného ruchu so športom na olympijských hrách poskytuje jedinečnú príležitosť pre organizáciu na podporu cestovného ruchu, akou je SLOVAKIA TRAVEL, zviditeľniť sa, uplatniť svoje skúsenosti a poskytnúť tak športovým fanúšikom a návštevníkom nezabudnuteľnú a rozmanitú skúsenosť.

V Slovenskom dome, ktorý slávnostne otvoril pán prezident Pellegrini, sa nám podarilo, v termíne od 26.7. do 11.8.2024, vytvoriť pohodovú, zábavnú, dynamickú a inšpiratívnu atmosféru. Bohatý sprievodný program tvorili koncerty hudobníkov a kapiel, DJ, tanečné vystúpenia, premietanie dokumentárnych filmov a spotov o Slovensku, workshopy s ukážkami tradičných slovenských remesiel, výstava umeleckých fotografií, umelecká inštalácia "Under Pressur", interaktívne zábavné aktivity na cyklotrenažéroch, fotopointy.

Súčasťou programu bolo sledovanie priamych prenosov ako aj oslavy úspechov slovenských športovcov. Návštevníkov zaujal aj predaj slovenského olympijského merchu a ponuka našich propagačných materiálov.

Počas LOH v Paríži, dňa 7.8.2024 SLOVAKIA TRAVEL zorganizovala v spolupráci s veľvyslanectvom SR v Paríži, Slovenským inštitútom v Paríži a Slovenskou katolíckou misiou vo Francúzsku v parížskom kostole sv. Magdalény recitálový koncert poprednej slovenskej sopranistky Adriany Kučerovej a klaviristu Róberta Pechana. Výnimočnému kultúrnemu zážitku predchádzala svätá omša pre Slovákov.

Hudobného predstavenia medzinárodne uznávanej slovenskej sopranistky a talentovaného klaviristu sa zúčastnil aj veľvyslanec SR vo Francúzsku Ján Šoth, prezident Slovenského olympijského a športového výboru Anton Siekel a ďalší vzácní hostia. Predstavenie bolo prístupné aj pre širokú verejnosť.

Slovensko sme prostredníctvom unikátnych zážitkov – zábavných, interaktívnych, športových, hudobných, gastronomických a umeleckých – veľkolepo odprezentovali ako krajinu s bohatou ponukou a to na jednom jedinečnom mieste s názvom Slovenský dom.

• Veľtrhy a výstavy v roku 2024

V roku 2024 sa Odbor Veľtrhov a výstav prezentoval Slovensko a organizáciu SLOVAKIA TRAVEL v 13 krajinách – Fínsko, Írsko, Španielsko, Lotyšsko, Maďarsko, Nemecko, Rakúsko, Česko, Poľsko, Slovensko, Taliansko, Portugalsko a Veľká Británia. Samotných veľtrhov a výstav, ktoré zastrešovala SLOVAKIA TRAVEL bolo 17. Okrem toho sa Odbor zúčastnil na viacerých eventoch a B2B podujatiach.

MATKA TRAVEL FAIR, HELSINKI

Matka, 18. – 21.1.2024, je najväčší veľtrh cestovného ruchu v severnej Európe, na ktorom sa zide takmer 900 vystavujúcich subjektov, destinácií z viac ako 70 krajín. Bohatý program obsahuje prednášky a prezentácie o najnovších témach cestovného ruchu a pomáha návštevníkom s výberom dovolenkovej destinácie. Prvý deň veľtrhu je prístupný iba pre odbornú verejnosť, zvyšok veľtrhu je B2C segment. SLOVAKIA TRAVEL sa na tohtoročnom MATKA Travel Fair prezentovala na expozícii s rozlohou 35m².

Prvý deň veľtrhu prebiehal výlučne formou vopred dohodnutých obchodných rokovaní. SLOVAKIA TRAVEL zorganizovala destinačnú prezentáciu o Slovensku ako turistickej destinácii a o vinohradníckej tradícii a produkcii. Pozvaní hostia boli predovšetkým členovia fínskej asociácie CR/touropérátorov SMAL, ktorí následne v apríli 2024 absolvovali jarnú konferenciu svojej asociácie práve na Slovensku.

Zvyšné tri dni sa brány výstavy otvorili pre širokú verejnosť. Záujem bol predovšetkým o prírodné krásy – hory, turistiku, kemping, hrady, UNESCO. Výstavy MATKA Travel Fair Helsinki 2024 sa zúčastnilo 50 000 ľudí (vystavovatelia + návštevníci).

Keďže Fíni sú milovníci prírody, vína, pamiatok a sami vysoké hory nemajú, Slovensko ich na veľtrhu veľmi prekvapilo. Stále nemajú veľké povedomie o našej krajine. Vinárstvo, Tatry, množstvo kúpeľov, hradov, zámkov, UNESCO pamiatok – len máloktoľ návštevník tušil, že to všetko Slovensko ponúka. Nemajú vedomosť, že Bratislava je ľahko dostupná z viedenského letiska. Samozrejme, priama letecká linka do Bratislavy, Popradu či Košíc by príjazdovému CR z Fínska veľmi pomohla.

Spoluvystavovateľmi boli KOČR Turizmus regiónu Bratislava, Discover Slovakia Tours, E-travel.sk DMC a Enjoy Tatrás (OOCR Región Vysoké Tatry).

HOLIDAY WORLD SHOW DUBLIN

Holiday World Show je najväčšia a najnavštevovanejšia výstava cestovného ruchu v Írsku, ktorá sa konala v termíne 26. – 28. januára 2024 v Dubline. Ide o významné podujatie určené širokej verejnosti aj odbornej klientele, ktoré funguje ako globálne trhovisko ponúk a destinácií z celého sveta. V roku 2024 sa na veľtrhu predstavilo viac ako 35 000 návštevníkov.

Slovenský národný stánok zastrešovala SLOVAKIA TRAVEL spolu s týmito spoluvystavovateľmi: Žilinským turistickým krajom, Regiónom Vysoké Tatry – Enjoy Tatrás a Národným salónom vín SR. Dôležitým sprievodným prvkom prezentácie Slovenska bolo aj vystúpenie folklórneho súboru Ostroha, zloženého zo Slovákov žijúcich v Írsku, ktoré významne oživilo slovenský stánok a pritiahol pozornosť návštevníkov.

Prvý deň výstavy bol zameraný na odbornú verejnosť. Uskutočnila sa destinačná prezentácia o Slovensku zameraná na Bratislavu, Košice, UNESCO lokality, hrady, jaskyne, kúpeľníctvo a gastronómiu. Prezentácie sa zúčastnili zástupcovia írskych médií, tour operátori a travel blogeri, ktorí prejavili záujem o naše budúce press tripy a fam tripy. Povedomie o Slovensku bolo výrazne vyššie než na iných výstavách, a to najmä vďaka početnej komunite Slovákov žijúcich v Írsku. Mnohí návštevníci poznali Slovensko z osobných kontaktov, cestovania či médií. Veľkú úlohu zohrala aj relácia “High Road, Low Road” vysielaná na írskej televízii RTE krátko pred výstavou (23. 1. 2024), ktorá bola venovaná Slovensku – konkrétne Bratislave a jej okoliu. Vďaka tejto mediálnej propagácii získal slovenský stánok zvýšenú pozornosť a množstvo pozitívnych reakcií. Návštevníkov najviac zaujímali témy: „Walking“ turizmus – ľahká turistika v Tatrách a Slovenskom raji, city breaks – Bratislava a Košice, lyžovanie – pre všetky vekové kategórie, kempingy – najmä pre rodiny a seniorov, gastronómia – víno, remeselné pivo, dostupné ceny, kúpele – konkrétne indikácie a odporúčania, golf, UNESCO pamiatky, prírodné krásy Slovenska, Okrajové témy: cyklistika, hrady a zámky, akvaparky, nákupy, slovenský vidiek.

Z hľadiska dopravy návštevníci oceňovali priame lety do Bratislavy a Košíc a možnosť kombinovaného cestovania naprieč Slovenskom s využitím vlakovej dopravy.

FITUR MADRID

Medzinárodný veľtrh cestovného ruchu FITUR 2024 v Madride spája ako možnosti cestovania pre širokú verejnosť, tak je i centrom stretnutia pre profesionálov. Počas piatich dní konania veľtrhu bolo prítomných približne 8500 vystavovateľov, 135 000 profesionálov a 85 000 návštevníkov.

Prvé tri dni boli zamerané na B2B rokovania, ktoré mal dohodnuté aj náš spoluvystavovateľ E-travel.sk. Víkend bol otvorený návštevníkom z radov širokej verejnosti a slovenský stánok sa tešil vysokému záujmu zo strany španielskych návštevníkov, ktorí chceli o Slovensku vedieť čo najviac.

SLOVAKIA TRAVEL sa na tu FITUR 2024 v Madride prezentovala na expozícii s rozlohou 32m². Sprievodný program na expozícii bol v podobe ochutnávky tradičnej slovenskej gastronómie a vína.

Náš stánok poctili svojou návštevou zástupcovia Slovenského veľvyslanca v Madride, ako i samotný pán veľvyslanec, J. E. Juraj Tomaga. V priestoroch stánku SLOVAKIA TRAVEL tiež prebehlo stretnutie medzi pánom veľvyslancom a španielskou ministerkou obrany, Margaritou Robles, a to za veľkého záujmu a účasti španielskych médií.

Zo strany odbornej verejnosti, no predovšetkým víkendových návštevníkov bol o Slovensko mimoriadne, až nečakaný záujem. Zástupkyne SLOVAKIA TRAVEL rozdali všetky propagačné materiály a návštevníkom podávali jednak všeobecné informácie o krajine, tak i konkrétne možnosti návštev rôznych miest. Španielski turisti sa zaujímali o Bratislavu, o našu prírodu (Tatry), kúpeľné možnosti a UNESCO pamiatky.

BALTTOUR RIGA

30. ročník medzinárodného veľtrhu Balttour sa uskutočnil v termíne 2. – 4. februára 2024. Balttour je jedným z najvýznamnejších a najväčších veľtrhov cestovného ruchu Pobaltia, kde sa združuje ponuka z celého sveta a dopyt najmä z Lotyšska, Litvy a Estónska. Je určený odbornej verejnosti z oblasti CR ako aj individuálnym návštevníkom. Na veľtrhu sa podľa údajov organizátora predstavilo 350 vystavovateľov z 30 krajín, podujatie počas troch dní prilákalo cca 25 000 návštevníkov.

Slovenská expozícia sa svojím vizuálom a výhodným umiestnením vynímala v rámci výstavnej haly. Spoluvystavovateľmi SLOVAKIA TRAVEL boli: Kúpele Dudince, a.s., Enjoy Tatras DMC, OOCR Tatry – Spiš- Pieniny, OOCR Severný Spiš – Pieniny, KOCR Bratislava Region a Národný salón vín. Expozíciu navštívil aj mimoriadny a splnomocnený veľvyslanec SR v Lotyšsku a Litve, J.E. Branislav Pavlovič, spolu so svojim zástupcom pánom Slavomírom Nagyom.

Najväčšou poctou bol však záujem samotného prezidenta Lotyšska p. Edgarsa Rinkeviča, ktorý sa v rámci otváracieho ceremonálu pri našej expozícii zastavil a venoval pár minút zo svojho programu rozhovoru s p. veľvyslancom, pltníkmi a našej ponuke brožúr.

Ponuka stánku sa sústredila najmä na Tatry, severné a severovýchodné regióny Slovenska – pltníctvo, o ktoré bol aj najväčší záujem zo strany návštevníkov. Kúpeľnú ponuku predstavovali Kúpele Dudince, ako aj SLOVAKIA TRAVEL svojou publikáciou SPA zameranou na slovenské kúpele. Bratislavu a región predstavila bratislavská KOCR. Vinársku tradíciu na Slovensku odprezentoval aj ochutnávkami Národný salón vín. Ostatné regióny a produkty Slovenska boli reprezentované prostredníctvom hlavného vystavovateľa SLOVAKIA TRAVEL s jej tematickými publikáciami.

Najväčší záujem bol o pobyty na horách, rovnako v zime aj v lete, kúpeľné a wellness pobyty, aktívne trávenie dovolenky. Napriek vzdialenosti, obyvatelia Pobaltia využívajú na cestovanie na dovolenku na Slovensko hlavne auto, najmä ak cestujú s rodinou. Na Slovensku sa nachádzajú najbližšie hory a cenová úroveň služieb je pre nich akceptovateľná.

Pobaltské krajiny sú určitou náhradou za stratený ruský a ukrajinský trh, hlavne pre tých, ktorí majú pripravené ponuky pre rusky hovoriacich turistov. Väčšina návštevníkov slovenského národného stánku bola dobre informovaná o Slovensku, mnohí z nich už na Slovensku boli a vyjadrili záujem sa opäť vrátiť. Slovensko je pre nich zaujímavá, blízka a cenovo dostupná destinácia.

UTAZÁS BUDAPEŠŤ

UTAZÁS je najväčší veľtrh cestovného ruchu v Maďarsku, ktorý sa konal v termíne 22. – 25. februára 2024 v hlavnom meste Budapešť v Kongresovom a výstavnom centre HUNGEXPO. Veľtrh je určený odbornej aj širokej verejnosti a predstavuje optimálnu platformu na upevňovanie už existujúcich, ako aj vytváranie nových obchodných kontaktov. UTAZÁS umožňuje na jednom mieste a v krátkom čase získať prehľad o aktuálnych trendoch a situácii na trhu cestovného ruchu, ktorý je dôležitým hospodárskym odvetvím nielen v Maďarsku, ale aj na Slovensku. Súčasťou programu boli aj odborné konferencie, interaktívne aktivity a tematické prezentácie zamerané na aktívny a zážitkový turizmus. Návštevnosť veľtrhu dosiahla cca 30 000 osôb, z toho 6 400 odborníkov a zástupcov z viac než 34 krajín.

Slovensko malo na veľtrhu vizuálne atraktívnu expozíciu, ktorú navštívilo veľké množstvo záujemcov. Slovenský stánok zaujal modernou grafikou, výraznou fotografiou Popradského plesa a širokou ponukou propagačných materiálov. Prítomní boli aj viacerí spoluvystavovatelia: KOCR Bratislava, Visit Košice, OOCR Žitný ostrov, Trnava Tourism, KOCR Trnava, KOCR Žilina, OOCR Novohrad a Podpoľanie, OOCR Tatry – Spiš – Pieniny, OOCR Región Šariš, BTB, Región Bratislava, XBIONIC SPHERE, KOCR Severovýchod Slovenska, Banskobystrický kraj, Slovenský raj a Spiš. Slovensko pripravilo tlačovú konferenciu (21. 2. 2024) venovanú úspechom roka 2023 (nárast návštevníkov z Maďarska o 36 % oproti r. 2022) a prezentácii regiónu Šariš a mesta Sabinov. Pre odbornú verejnosť prebehli viaceré B2B rokovania, ktoré zahŕňali spoluprácu s maďarskými televíziami (RTL Klub, Spektrum TV), ako aj dohodu o skupinových pobytoch so slovenskými a maďarskými cestovnými kancelárkami (Klement, ANIMA, NOSTALGIA).

Počas celého trvania výstavy bola zabezpečená ochutnávka slovenských vín, syrov a údenín. Na stánku sa predstavili aj remeselníci – pivovar Huncút, mliekareň z Brezna, vinári z Veľkého Krtíša, pivovar Hostinec, krasličiarica a perníkárka. O kultúrny program sa postaralo folklórne spevácke duo.

Zvýšený záujem návštevníkov bol najmä o hory (Tatry, Fatra, Slovenský raj), historické pamiatky, cykloturistiku, kempingy a kultúrne podujatia. Návštevníci uprednostňovali propagačné materiály v maďarčine, preto sa odporúča zvýšiť ich podiel a doplniť o praktické témy (mapy, zoznam top podujatí, kempingy, informačné centrá).

ITB BERLÍN

Ako každý rok, aj v dňoch 5. – 7.3.2024 veľtrh ITB Berlín poskytol vynikajúcu príležitosť prezentácie Slovenska na najväčšom veľtrhu cestovného ruchu, pričom B2B platforma predstavuje skvelú možnosť pre SLOVAKIA TRAVEL, ako i pre spoluvystavovateľov na rozširovanie kooperácie do budúcnosti.

Na ITB Berlín 2024 vystavovalo viac ako 5500 vystavovateľov z viac ako 170 krajín. Vystavovatelia v tomto roku obsadili až 27 výstavných hál. Zúčastnilo sa na ňom viac ako 100 000 účastníkov (vrátane takmer 80 ministrov a štátnych tajomníkov, a 72 veľvyslancov) a o jeho priebehu informovalo viac ako 3200 akreditovaných novinárov zo 130 krajín. Veľtrh je zameraný na B2B segment. Počas podujatia sa tradične uskutočnil kongres ITB Berlin Convention, ktorého súčasťou bolo 200 sprievodných podujatí formou vystúpení a diskusií zameraných na trendy a inovácie v cestovnom ruchu, ktorých sa zúčastnil celkovo 400 popredných medzinárodných rečníkov. SLOVAKIA TRAVEL sa na tohtoročnom ITB Berlín 2024 prezentovala dizajnom na expozícii s rozlohou 100m².

Sprievodný program na expozícii bol v podobe ochutnávky tradičnej slovenskej gastronómie a nealko, ako i alkoholických nápojov, a to aj počas spoločnej ochutnávky slovenského vína a českého piva so zástupcami Czech Tourism.

Prvý deň konania výstavy prebehlo na stánku SLOVAKIA TRAVEL natáčanie reportáže o našej účasti na ITB do hlavných televíznych správ RTVS. Naš stánok poctili svojou návštevou predstavitelia Slovenského veľvyslanca v Berlíne, pán veľvyslanec, J. E. Marián Jakubócy a ekonomická diplomatka, pani Miriam Rafajová. Rovnako tak sme mali príležitosť sa stretnúť so zástupcami ASR – Allianz Selbständiger Reiseunternehmen – Bundesverband e.V.

Mali sme tiež príležitosť zúčastniť sa aj podujatí ATTA – Adventure Connect. Z B2B stretnutí stoja za zmienku napríklad stretnutia s Der Spiegel (záujem o lyžiarske strediská, horskú turistiku či možnosti komunitného udržateľného turizmu na SR), Publisher's Internationalé (záujem o propagáciu SR cez globálne médiá ako The New York Times, TIME, Forbes, The National, Gulf News), či Waynes World Media (marketingová komunikácia v oblasti CR, partner Discover Central Europe).

Popri samotnom veľtrhu ITB Berlin 2024 sa konalo aj podujatie Donau Salon, na ktorom sa SLOVAKIA TRAVEL zúčastnila v spolupráci so ZÚ Berlin dňa 7.3.2024. Išlo o „9. Dunajský salón“, ktorý organizovalo zastúpenie spolkovej krajiny Bádensko-Württembersko. Dunajský salón sa každoročne organizuje v priestoroch zastúpenia krajiny Bádensko-Württembersko v Berlíne ako sprievodné podujatie k turistickému veľtrhu ITB. Zástupcovia ZÚ Berlín a SLOVAKIA TRAVEL spoločne prezentovali Slovensko ako krajinu s bohatým kultúrnym a prírodným bohatstvom a atraktívnu turistickú destináciu.

Spoluvystavovateľmi na národnom stánku boli zástupcovia regiónov, inomingoví touroperátori, hotelieri či kúpele, konkrétne OOCR Bratislava Tourist Board, E-travel.sk, Incoming Services, Dowina Incoming Travel Agency, Historické hotely Slovenska, DoubleTree by Hilton Bratislava, Caracalla Spa – Kúpele Brusno, Kúpele Trenčianske Teplice, a. s., ENJOY TATRAS, OOCR Tatry – Spiš – Pieniny, OOCR Severný Spiš – Pieniny.

FERIEN MESSE VIEDEŇ

Ferien Messe je najväčší veľtrh cestovného ruchu v Rakúsku. Prebiehal v termíne 14. – 17.3.2024 súbežne s veľtrhmi Wohnen & Interier a Immobilien. Návštevnosť veľtrhu je približne 37 000 návštevníkov.

SLOVAKIA TRAVEL sa na veľtrhu prezentovala expozíciou na ploche 80m². Slovensko je pre rakúskeho turistu dobre známou destináciou. V hľadáči záujmu je predovšetkým Bratislava a okolitý región, naše hory a príroda všeobecne. Zaujímajú sa o kúpele, UNESCO pamiatky, cykloturistiku, kemping a možnosti s deťmi. Návštevníci prichádzali s veľmi konkrétnymi otázkami – predovšetkým o dopravnej dostupnosti, cyklotrasách, kempingu, výlet loďou z Viedne a pod. Mnohí z nich uviedli, že na Slovensku mnohokrát boli a našu krajinu poznajú, pravidelne navštevujú napr. kúpele.

Atraktívnosť stánku podčiarkla najmä ochutnávka vín so someliérom, ochutnávka slovenských gastrošpecialít. Ochutnávkami sa snažíme v návštevníkoch zanechať dojem o našej pohostinnosti, ukázať, že na Slovensku vyrábame nielen vynikajúce vína, ale tiež aj syry a údeniny. Zároveň je to príležitosť udržať návštevníkov na stánku dlhšie a porozprávať sa o všetkom, čo im Slovensko môže ponúknuť. Na stánku bola prítomná aj krasličiarica, ktorá prezentovala zdobenie veľkonočných kraslíc hačkovaním.

Rakúsko je pre nás jeden z kľúčových trhov, preto by sme z dobrej poznateľnosti mali vyťažiť čo najviac. Rakúskemu turistovi máme čo ponúknuť, kľúčový je však nemecký jazyk. Mladšie ročníky/rodiny s deťmi si Slovensko spájajú predovšetkým s prírodnými krásami, horami, turistikou, možnosťami na strávenie rodinnej dovolenky doslova pár kilometrov od domova.

Spoluvystavovatelia Ferien Messe:

KOCR Turizmus regiónu Bratislava + OOCR Bratislava Tourist Board, Národný salón vín/Zväz vinohradníkov a vinárov, OOCR Severný Spiš – Pieniny, OOCR Tatry – Spiš – Pieniny, Kúpele Diamant Dudince, š.p., Rezort Piešťany, Kúpele Trenčianske Teplice, Kúpele Brusno – Caracalla Spa, Historické hotely Slovenska.

HOLIDAY WORLD PRAHA

Veľtrh Holiday World Praha patrí k väčším veľtrhom cestovného ruchu v Európe, ktorý sa konal v dňoch 15. – 17.3.2024. Prvý deň veľtrhu sa niesol v znamení oficiálneho programu, štátnych návštev a bol určený prioritne odbornej verejnosti, touroperátorom, cestovným kanceláriám a zástupcom médií. V tento deň zavítala na stánok Slovenska oficiálna delegácia a poctila nás svojou návštevou aj slovenská veľvyslankyňa v Prahe, J.E. Ingrid Brocková a tiež námestník člena vlády PhDr. Jan Fluxa, z MMR ČR.

Prezentácia Slovenskej republiky v Česku v oblasti cestovného ruchu je mimoriadne dôležitá, pretože návštevníci z Českej republiky tvoria viac tretinu zahraničných návštevníkov SR, takže Česko je hlavný zdrojový trh pre SR.

Spolu s nami bolo na stánku 17 partnerov (KOCR Bratislava Región / OOCR Bratislava – Bratislava Tourismus / OOCR Región Liptov / OOCR Región Vysoké Tatry / KOCR Severovýchod Slovenska / OOCR Severný Spiš – Pieniny / OOCR Tatry – Spiš – Pieniny / OOCR Región Šariš / KOCR Žilinský turistický kraj / OOCR Klaster Orava / OOCR Turiec / Kúpele Rajecké Teplice / OOCR Žitný ostrov – Csallókoz / OOCR Visit Košice / OOCR Slovenský Raj & Spiš / KOCR Trnavský kraj / OOCR Stredné Slovensko) zo všetkých najkrajších a najobľúbenejších regiónov Slovenska, aby odprezentovali ponuku na prichádzajúcu sezónu jar/leto 2024.

O tom, že Slovensko je u českých susedov obľúbená destinácia, svedčí aj štatistika návštevnosti: každý tretí turista zo zahraničia je Čech. Českí návštevníci sú aktívni dovolenkári, navštevujú predovšetkým slovenské hory, ale obľubujú aj pobyt pri vode na všetky spôsoby, či už sú to aquaparky, prírodné kúpaliská, splavy alebo relax v kúpeľoch a wellness zariadeniach. Zaujímajú sa aj o mestskú turistiku, radi sa nechajú vtiahnuť do historických príbehov slovenských hradov a zámkov, zaujímajú sa o UNESCO pamiatky.

A preto návštevníci slovenského stánku prejavili najväčší záujem o termálne kúpaliská, Vysoké Tatry a ďalšie prírodné ciele (Slovenský raj, Nízke Tatry, Roháče, jaskyne, turistika, nasledoval záujem o kultúrne a historické ciele (historické mestá, hrady, zámky a campingy).

O bohatý program na slovenskom stánku bol zo strany návštevníkov veľký záujem, o jednotlivých regiónoch sa nielen dozvedeli viac v ich najnovšej ponuke, ale mohli získať rôzne drobné suveníry a ochutnať lokálne špeciality. Veľkej obľube sa tešil fotokutik, kde sa záujemci mohli odfoťiť s atraktívnym pozadím slovenských hôr či miest a ihneď si so sebou odniesť krásnu spomienkovú fotografiu.

Výstavu navštívilo 26 815 osôb, odprezentovalo sa 302 vystavovateľov z 24 krajín. SLOVAKIA TRAVEL získala na veľtrhu 1. miesto v kategórii Najzaujímavejší propagačný materiál.

XIV MIĘDZYKRAJOWE TARGI TURYSTYCZNE ZABRZE

ITF ZABRZE je jedinečný veľtrh v regióne a krajine, ktorý sa konal v termíne 05 – 06.04.2024. Ide o cestovateľský festival konajúci sa v sliezskej aglomerácii obývanej vyše 2 miliónmi obyvateľov v bezprostrednej blízkosti Gliwíc, Chorzówa, Bytomu a Katovic, kde vzhľadom na blízkosť a dostupnosť dopravy prilákalo množstvo návštevníkov. Vstup na veľtrh bol voľný. Podujatie sa konalo pod záštitou Poľskej komory cestovného ruchu a Sliezskej turistickej organizácie. Veľtrh ITF ZABRZE ponúkal komplexný servis pre spoznávanie Slovenska ako novej dovolenkovej destinácie pre poľských turistov. Prinášal unikátnu možnosť prostredníctvom zastúpení slovenských regiónov ako spoluvystavovateľov, informovať záujemcov o možnostiach trávenia dovolenky na Slovensku. Návštevníci na veľtrhu tradične ocenili praktické a zaujímavé informácie o cestovaní a širokú ponuku pobytov, ktoré získali v našej výstavnej expozícii.

Ako sprievodný program na expozícii počas veľtrhu prebiehala ochutnávka tradičných slovenských syrov a mäsových produktov a tiež vybraných a kvalitných slovenských vín. Na expozícii propagovali činnosť spoluvystavovateľa OOCR Turiec, OOCR Orava, SPA APHRODITE, Thermalpark DS, OOCR Trnava Tourism a Visit Košice. O slovenskú expozíciu bol veľký záujem aj vďaka vynikajúcej polohe expozície, jej modernému dizajnu a sprievodnému programu, ktorý prilákal veľké množstvo návštevníkov, a tak pomohol zviditeľniť Slovensko na turistickej mape.

ITF SLOVAKIATOUR BRATISLAVA

Jediný veľtrh cestovného ruchu na Slovensku sa konal v Bratislave v Inchebe v dňoch 11.4. až 14.4.2024. Súčasťou expozície SLOVAKIA TRAVEL bol nasledovný program – prezentácia prostredníctvom videí, printových materiálov a osobných stretnutí s návštevníkmi výstavy, hudobná produkcia a folklórne vystúpenia.

Zastúpenie mala aj tradičná slovenská gastronómia a degustácia vína naprieč Slovenskom pod záštitou enológa Vladimíra Hronského. Súčasťou veľtrhu bolo aj koordinačné stretnutie s krajskými organizáciami cestovného ruchu a profesijnými organizáciami CR zamerané na podporu spolupráce.

IMEX FRANKFURT

V termíne 14. – 16.5.2024 sa konalo podujatie IMEX Frankfurt 2024, ktoré je považované za najvýznamnejší nemecký veľtrh v oblasti kongresového cestovného ruchu. Účastníkmi podujatia sú výlučne hotelové siete, kongresové centrá, incentívne a eventové agentúry, DMCs, destinačné organizácie a ďalší poskytovatelia služieb v oblasti kongresového cestovného ruchu. Pre slovenské subjekty pôsobiace v oblasti MICE je IMEX príležitosťou nadviazať spoluprácu a priamo získať nových klientov. SLOVAKIA TRAVEL prezentovala Slovensko na veľtrhu v stánku s rozlohou 60 m² s piatimi spoluvystavovateľmi (OOCR Bratislava Tourist Board, E-travel.sk, ENJOY SLOVAKIA DMC, DoubleTree by Hilton Bratislava, X-Bionic Sphere). SLOVAKIA TRAVEL absolvovala cca 50 stretnutí a získala kontakt na cca 100 subjektov. Relevantné kontakty boli zdieľané na Slovenskú asociáciu cestovných kancelárií a agentúr. Počas veľtrhu sa konali 2x denne destinačné prezentácie. Zúčastnení mali záujem o nájdenie novej, neopozeranej destinácie v Európe pre svojich klientov a okrem hlavného mesta ich zaujali predovšetkým Vysoké Tatry a Košice, prípadne ich prepojenie. Z tohto dôvodu sa zaujímali o dopravné spojenia v rámci Slovenska, ale aj možnosti priletu do Viedne.

TTG TRAVEL EXPERIENCE RIMINI

V dňoch 9. – 11.10.2024 sa uskutočnil medzinárodný veľtrh cestovného ruchu TTGravel Experience v talianskom meste Rimini. Na veľtrhu sa stretli profesionáli v cestovnom ruchu z celého sveta, kde mali možnosť nadviazať vzácne kontakty a spoluprácu na talianskom trhu. TTG Travel Experience je najvýznamnejší B2B veľtrh cestovného ruchu v Taliansku. Prebieha v 26 výstavných halách, navštívi ho takmer 70 000 účastníkov a vystavuje 55 zahraničných destinácií. SLOVAKIA TRAVEL sa zúčastnila s národným stánkom po prvý raz. Bola to jedinečná príležitosť spoznať potreby talianskych turistov a odprezentovať to, čo im Slovensko môže ponúknuť. Na základe uskutočnených 20 stretnutí na stánku môžeme konštatovať, že naša krajina je pre Talianov stále neznáma destinácia. Prekvapilo ich množstvo UNESCO pamiatok, jaskýň či výborná a pestrá paleta slovenských vín, ktorou sme sa, ako už tradične, na veľtrhu prezentovali. Zaujímali sa o lokálne zážitky, gastronómiu, či prírodné krásy. V neposlednom rade bodovali aj kúpele, ktoré, ako sme na veľtrhu zistili, Taliani veľmi obľubujú. Ako na iných veľtrhoch, tak aj na TTG sme zaevidovali stále vyšší záujem o miesta s menším počtom turistov, o typické lokálne produkty, jedinečné zážitky či podujatia. Slovensko nám v Rimini pomáhali prezentovať aj naši partneri na stánku – KOOCR Žilinský turistický kraj, Ensana Slovakia a E-travel.sk DMC.

Na veľtrhu bol zo strany talianskych profesionálov z CR o Slovensko ako turistickú destináciu veľký záujem, preto veľtrh TTG Travel Experience považujeme za výborný začiatok našich aktivít na talianskom trhu a odporúčame sa ho zúčastňovať aj v budúcnosti.

IGTM LISABON

Medzinárodný golfový veľtrh IGTM (International Golf Travel Market) je kľúčovým podujatím v oblasti golfového cestovného ruchu, ktoré sa od roku 1998 každoročne koná na iných miestach sveta. Služi ako platforma na obchodné rokovania s kvalifikovanými nákupcami golfových zájazdov a prezentáciu najnovších golfových produktov a destinácií. Veľtrhu sa zúčastnilo viac ako 1200 profesionálov z oblasti golfového cestovného ruchu, 350 vystavovateľov zo 40 krajín, prítomných bolo 500 kvalifikovaných buyerov a návštevnosť veľtrhu presiahla 4500 návštevníkov. Slovensko sa na IGTM 2024 v Lisabone prezentovalo pod záštitou SLOVAKIA TRAVEL, ktorá pripravila expozíciu s plochou 32 m² v modernom dizajne. Súčasťou stánku bola ochutnávka tradičných slovenských syrov, mäsových produktov a kvalitných slovenských vín, ktorá tvorila atraktívny sprievodný program a zvýšila návštevnosť stánku.

Slovenský golfový turizmus reprezentovali spoluvystavovatelia z golfových rezortov Sedin Golf Resort a Black Stork Golf Resort. Expozíciu osobne podporil aj veľvyslanec SR v Portugalsku pán Tibor Králik.

Vďaka výhodnej polohe stánku, atraktívnej prezentácii a sprievodnému programu zaznamenala slovenská expozícia veľký záujem zo strany odborníkov aj návštevníkov. Slovensko tak získalo silnú pozíciu na mape medzinárodného golfového turizmu. Spokojnosť vyjadrili aj spoluvystavovatelia, ktorí deklarovali záujem o pokračovanie spolupráce so SLOVAKIA TRAVEL pri ďalších ročníkoch IGTM.

WORLD TRAVEL MARKET LONDÝN

WTM Londýn 5. – 7.11.2024 patrí k celosvetovo najvplyvnejším podujatiam v oblasti cestovného ruchu, ktorý je na trhu už od roku 1980. Ide o event s najväčšou účasťou svetových médií pod jednou strechou, pričom v súčasnosti sa na ňom zúčastňuje cca 5 tisíc buyerov zo 184 krajín sveta, s viac než 45 000 účastníkmi. SLOVAKIA TRAVEL bola prezentovaná na expozícii s rozlohou 120m². Počas celého konania veľtrhu prebiehala ochutnávka tradičnej slovenskej gastronómie a vybraných vín so someliérom. Okrem toho sa v priestoroch stánku uskutočnila destinačná prezentácia pre návštevníkov, ktorí takto mali možnosť lepšie spoznať krásy našej krajiny. Svoju činnosť a možnosti budúcej spolupráce propagovali spoluvystavovatelia z radov zástupcov organizácií cestovného ruchu či služieb, ako Enjoy Tatrás, OOCR Bratislava Tourist Board, E-travel.sk, s.r.o., KOOCR Košice región a Národný salón vín. Počas 3 dní veľtrhu zástupcovia SLOVAKIA TRAVEL absolvovali cca 30 individuálnych B2B stretnutí s profesionálmi z oblasti cestovného ruchu, online marketingu a médií z rôznych krajín sveta.

V Londýne sme prevzali ocenenie od Lonely Planet, ktorým sa Slovensko zaradilo do TOP desiatky odporúčaných krajín na návštevu v roku 2025. Ocitli sme sa tak v spoločnosti takých destinácií, ako sú Fiji, Arménsko či Paraguaj. Lonely Planet vyzdvihuje krásu našej prírody, Tatry, jaskyne či históriu Bratislavy.

ITTF VARŠAVA

Medzinárodný turistický veľtrh ITTF Warsaw 2024 sa konal od 21. do 23. novembra 2024 v Paláci kultúry a vedy vo Varšave. Tento významný B2B a B2C event v oblasti cestovného ruchu privítal viac ako 180 vystavovateľov z 29 krajín a prilákal takmer 4 000 návštevníkov z 60 krajín. Cieľom ITTF 2024 bolo spolupracovať na podpore cestovného ruchu, za účasti zástupcov domáceho a zahraničného trhu cestovného ruchu.

V deň otvorenia veľtrhu sa na stánku konala tlačová konferencia, ktorú organizoval a moderoval ZZ v Poľsku p. Martin Pavlík. Hlavnou témou boli novinky zimnej sezóny. Tlačovej konferencie spojenej s ochutnávku vína sa zúčastnilo približne 30 novinárov, ktorých privítala aj veľvyslankyňa Slovenskej republiky v Poľsku p. Andrea Elscheková – Matisová.

Na stánku SR s rozlohou 106 m² sa prezentovalo 11 spoluvystavovateľov (OOCR Región Liptov, OOCR Región Vysoké Tatry, OOCR Tatry – Spiš – Pieniny, Východné Slovensko (KOOCR Košice Región Turizmus /KOOCR Severovýchod Slovenska), KOOCR Žilinský turistický kraj, OOCR Žitný ostrov-Csallókoz, OOCR Visit Košice, KOOCR Turizmus regiónu Bratislava, OOCR Bratislava Tourist Board, KOOCR Trnavský kraj a OOCR Región Šariš, čo umožnilo poskytnúť záujemcom o návštevu SR podrobnejšie informácie priamo na mieste. Návštevníci túto možnosť vo veľkom využívali. Prezentácia Slovenska a jeho regiónov bola doplnená ochutnávku tradičnej slovenskej gastronómie ako aj kvalitného slovenského vína. Najväčšiemu záujmu sa tešili publikácie v poľštine Aquaparky a Spa. Z hľadiska vekového priemeru návštevníkov boli na veľtrhu zastúpení mladí ľudia a ľudia v zrelom veku, menej seniorský vek.

IBTM WORLD BARCELONA

V dňoch 19. – 21.11.2024 sa uskutočnil najvýznamnejší veľtrh kongresového cestovného ruchu v Európe – IBTM World. Išlo o jubilejný 20. ročník podujatia. Na veľtrhu sa stretli profesionáli v oblasti MICE z celého sveta, kde mali možnosť nadviazať vzácné kontakty buď so zahraničnými poskytovateľmi MICE pobytov alebo priamo s korporátnymi klientami, ktorí hľadajú nové možnosti pre usporiadanie firemných podujatí, konferencií či teambuildingov.

Veľtrhu sa zúčastnilo 2350 vystavovateľov (DMCs, hotelové siete, destinácie...), 12 000 odborných návštevníkov (buyerov), uskutočnilo sa takmer 74 000 rokovaní. Pre Slovensko ide o jedinečnú možnosť zviditeľniť sa na mape MICE destinácií vo svete, obzvlášť v časoch, kedy rastie dopyt po menej známych, neopozieraných, menej preplnených destináciách. Slovensko je pre MICE klientelu neznáma krajina, poznajú naše susedné krajiny, no Slovensko je podľa odborných návštevníkov destinácia 3. kategórie, nie krajina, ktorá by bola prvou voľbou pri vytváraní ponuky pre ich klientov. Rezonuje predovšetkým bohatá vinohradnícka tradícia a kvalitné slovenské vína, o ktorých stále návštevníci zo zahraničia netušia. Veľkou výhodou je blízkosť viedenského letiska a vďaka krátkym vzdialenostiam na cestovanie v rámci Slovenska aj možnosť spojiť Slovensko s okolitými krajinami pre zámorských turistov.

Na stánku prebiehali B2B rokovania, za SLOVAKIA TRAVEL ich bolo približne 30. Denne na stánku prebiehala aj destinačná prezentácia, v ktorej sme odprezentovali 3 hlavné destinácie pre MICE – BA, KE, Tatry. Prezentácií bolo počas veľtrhu 6 a počas nich sme účastníkom ponúkli slovenské vína a ochutnávku slovenských syrov a údenín.

Slovensko nám v Barcelone pomáhali dôstojne prezentovať partneri na stánku, a to zástupcovia z Bratislavy – OOCR Bratislava Tourist Board, Košíc – KOOCR Košice Región Turizmus, incomingoví touroperátori – E-travel.sk, ENJOY SLOVAKIA DMC, Tour4U a hotelieri DoubleTree by Hilton Bratislava, Best Hotel Properties, a.s. Všetci partneri boli s účasťou spokojní. IBTM 2024 považujú za kvalitný a úspešný vďaka množstvu získaných kontaktov.

CIIE ŠANGHAJ

V dňoch 5. – 10. 11. 2024 sa uskutočnil 7. ročník jedného z najväčších svetových veľtrhov zameraných na import – CIIE v Šanghaji. Pod hlavičkou SARIO dostala príležitosť zúčastniť sa ako spoluvystavovateľ aj SLOVAKIA TRAVEL a odprezentovať Slovensko čínskym návštevníkom ako atraktívnu turistickú destináciu v čo najlepšom svetle.

Tohto významného podujatia sa zúčastnila aj vládna delegácia na čele s premiérom Slovenskej republiky Róbertom Ficom, ôsmimi ministrami, vrátane ministra cestovného ruchu a športu a ďalších zástupcov štátu a podnikateľskej sféry. Počas CIIE prebehli dôležité rokovania na najvyššej úrovni medzi predstaviteľmi oboch štátov, ktoré posunuli bilaterálne vzťahy významne vpred. Číňania prejavili o Slovensko veľký záujem, lákala ich najmä krásna príroda, hory, čistý vzduch, termálne pramene, jaskyne a tiež UNESCO pamiatky a kultúra. Slovensko má pre nich čaro exotiky s nádychom nepoznaného a mnohí vyjadrili záujem o návštevu Slovenska a objavovanie jeho krás.

SLOVAKIA TRAVEL dostala výnimočnú príležitosť zviditeľniť Slovensko aj v reportáži venovanej nadviazaným bilaterálnym vzťahom na najvyššej úrovni medzi oboma štátmi počas návštevy premiéra Róberta Fica. Pre SLOVAKIA TRAVEL je to významný moment z hľadiska propagácie našej krajiny na tak dôležitom zdrojovom trhu ako je Čína. Odvysielanú reportáž mali možnosť vidieť milióny Číňanov, čo by mohlo prispieť k nárastu potenciálnych čínskych návštevníkov na Slovensku.

AVIAREPS MIDDLE EAST TRAVEL CARAVAN ROADSHOW, DUBAJ, RIJÁD

SLOVAKIA TRAVEL sa ako spoluvystavovateľ v termíne 21. – 25.10.2024 predstavila na B2B RoadShow v Spojených arabských emirátoch a Saudskej Arábii, kde sme mali jedinečnú príležitosť spolu s KOOCR Trnavský kraj, Ensana, Letisko Piešťany, ADELI Medical Center, BHP – Best Hotel Properties prezentovať našu krajinu ako atraktívnu turistickú destináciu.

Súčasťou podujatia boli okrem našich destinačných prezentácií aj početné B2B rokovania s touroperátormi a odborníkmi z cestovného ruchu, pričom najväčší záujem vzbudili prírodné krásy, UNESCO pamiatky a kúpeľníctvo.

RoadShow poskytla priestor na nadviazanie nových kontaktov a rozvoj spolupráce s partnermi z regiónu GCC.

ĎALŠIE PODUJATIA / AKTIVITY:**HORECA JAR**

SLOVAKIA TRAVEL sa v termíne od 13. do 15.5.2024 zúčastnila odbornej konferencie HORECA JAR, s témou SET UP THE FUTURE, ktorá sa konala pod záštitou Asociácie hotelov a reštaurácií Slovenska a vydavateľstva MAFRA. Cieľom konferencie bolo zorientovať sa v aktuálnych témach, ktoré hýbu svetom gastru, hotelierstva a cestovného ruchu.

Účastníkmi boli odborníci z gastru, hotelieri, politici, odborníci z branže, ktorí tu riešili aktuálne otázky úzko súvisiace s problematikou cestovného ruchu a to „Cestovný ruch vykročil ako samostatný rezort. Má už svoje pevné miesto.“ Menia sa podmienky na trhu, spotrebiteľské správanie a procesy „zelenejú“. Čo to znamená pre podnikanie v CR, ako sa pripraviť a ako sa v týchto zmenách vôbec zorientovať? Medzi diskutujúcimi v rámci panelovej diskusie bol aj štátny tajomník a GR SLOVAKIA TRAVEL.

Súčasťou konferencie bolo aj tzv. mini expo s rekordnou účasťou 35 vystavovateľov, kde naša organizácia prezentovala svoju činnosť hlavne širokou ponukou propagačných brožúr. Dňom 15.5. konferencia pokračovala špeciálnou témou „Dimenzie cestovného ruchu“ pod záštitou Ministerstva športu a CR za účasti zástupcov KOOCR a OOCR.

OLYMPIJSKÝ FESTIVAL NA BRATISLAVSKEJ KUHAJDE

V dňoch 26.7. – 11.8.2024 sa v areáli jazera Kuchajda v Bratislave počas trvania Letných olympijských hier v Paríži konal Olympijský festival. Festival priniesol tri týždne nabitý program pre milovníkov športu, športových fanúšikov a rodiny s deťmi. Na podujatí sa zúčastnila aj SLOVAKIA TRAVEL s exteriérovým stanom, aktivitami, súťažami a propagačnými materiálmi.

Hravou a interaktívnou formou sme účastníkom podujatia prezentovali Slovensko ako destináciu, kde sa oplatí stráviť dovolenku. Návštevníci si mohli vyskúšať nielen balančnú dosku, ale aj výrobu modrotlaču, zasúťažiť si v hádaní slovenských hradov a zámkov, miest a kultúrnych tradícií na drevených náučných tabuliach.

Pripravená bola oddychová zóna s maľovankami a pexesom so slovenskou tematikou, ako aj zábavný fotokútik, kde sa mohli všetci odfotiť s vybranými slovenskými pozadiami. Svoje vedomosti zo slovenskej geografie si zas mohli otestovať na digitálnej slepej mape. O ponuku a aktivity ponúkané SLOVAKIA TRAVEL bol medzi návštevníkmi, hlavne mladými a rodinami s deťmi, veľký záujem.

OSLAVY 80. VÝROČIA SNP V BANSKEJ BYSTRICI

SLOVAKIA TRAVEL sa zúčastnila na oslavách 80. výročia SNP, ktoré sa konali 29.8.2024 v parku pod Pamätníkom SNP v Banskej Bystrici.

Prostredníctvom exteriérového stanu s aktivitami sme Slovensko prezentovali prostredníctvom našich publikácií ako krajinu krásnej prírody, bohatej histórie a nezabudnuteľných zážitkov. Slovenské tradície sme širokej verejnosti predstavili prostredníctvom zapojenia sa do samotnej výroby modrotlaču priamo na mieste. Táto aktivita sa tešila vysokému záujmu. Pre deti boli pripravené edukačné hry a darčeky so slovenskou tematikou.

Slovensko ako destináciu na trávenie dovolenky sme prezentovali návštevníkom podujatia, ktorými boli najmä rodiny s deťmi a seniori. Účastníci prišli z celého Slovenska, časť z nich aj z Poľska a Maďarska.

HORECA JESEŇ

SLOVAKIA TRAVEL sa v termíne od 11. do 13.11.2024 zúčastnila odbornej konferencie HORECA JESEŇ, s témou „Úspech postavený na kvalite“, ktorá sa konala pod záštitou Asociácie hotelov a reštaurácií Slovenska a vydavateľstva MAFRA. Cieľom konferencie bolo zorientovať sa v aktuálnych témach, ktoré hýbu svetom gastru, hotelierstva a cestovného ruchu. Účastníkmi boli odborníci z gastru, hotelieri, politici, odborníci z branže, ktorí tu riešili aktuálne otázky úzko súvisiace s problematikou cestovného ruchu a to: Kybernetická bezpečnosť v HORECA: Sme pripravení? Ako prilákať ešte viac turistov na Slovensko? Rekreačné poukazy pre rodičov a zamestnanca. Udržateľnosť ako kľúčový cieľ v HORECA sektore.

Medzi diskutujúcimi v rámci panelovej diskusie bol aj štátny tajomník MINCRS a GR SLOVAKIA TRAVEL. Súčasťou konferencie bolo aj tzv. mini expo s rekordnou účasťou 35 vystavovateľov, kde naša organizácia prezentovala svoju činnosť hlavne širokou ponukou propagačných brožúr.

Dňom 13.11. konferencia pokračovala špeciálnou témou „Hviezdne štandardy: Nové pravidlá pre lepšie ubytovanie“ a vyhlásením víťaza súťaže Hotelier roka 2023.

• Rozvoj zahraničného CR

V roku 2024 oddelenie Rozvoja zahraničného cestovného ruchu pokračovalo v realizácii aktivít, ktoré sú zamerané na koncepčný a cielene orientovaný rozvoj zahraničného cestovného ruchu. Naším hlavným cieľom na rok 2024 bolo vytvoriť priestor pre efektívne prepájanie slovenských subjektov cestovného ruchu so zahraničnými touroperátormi, cestovnými kancelárkami, MICE buyerami a organizátormi zájazdov, čo nám umožnilo podporiť nárast prílevu zahraničných turistov na Slovensko.

Počas roka sme sa aktívne zúčastňovali na B2B podujatiach malého formátu, ktoré sa vyznačovali vysokou efektívnosťou. Tieto podujatia nám umožnili získať množstvo cenných kontaktov, ktoré budú kľúčové pre ďalšiu prácu organizácie SLOVAKIA TRAVEL, ako aj pre networkovanie ďalších subjektov cestovného ruchu na Slovensku. V rámci týchto aktivít sme iniciovali vývoj CRM systému, ktorý bude slúžiť na efektívnu správu kontaktov, networking domácich a zahraničných subjektov CR a podporu ďalších aktivít v oblasti zahraničného cestovného ruchu.

V rámci strategického projektu Priorizácie cestovného ruchu sme pokračovali v práci, ktorá pomáha definovať cieľové trhy, na ktoré sa bude Slovensko v oblasti cestovného ruchu orientovať v nasledujúcich rokoch. Tento projekt nám umožňuje systematicky identifikovať a vyhodnocovať najperspektívnejšie trhy, čím zabezpečujeme, že naše marketingové a rozvojové aktivity budú efektívne zacielené a prinesú čo najväčší prínos pre slovenský cestovný ruch.

Pod oddelenie Rozvoja zahraničného cestovného ruchu patrí aj agenda platformy Discover Central Europe, ktorá zahŕňa spoluprácu krajín V4 – Slovenska, Poľska, Česka a Maďarska. V roku 2024 pokračovalo SLOVAKIA TRAVEL v aktívnej participácii na tejto kooperačnej a propagačnej platforme, ktorá funguje od roku 2003. Platforma sa riadi ročným marketingovým plánom, ktorý stanovuje spoločné propagačné a marketingové aktivity na vzdialených zdrojových trhoch. V roku 2024 sme sa spoločne s ďalšími krajinami V4 prezentovali na japonskom, severoamerickom trhu a trhu krajín GCC (Gulf Cooperation Council), čím sme podporili rozvoj cestovného ruchu v regióne strednej Európy a posilnili prítomnosť našich krajín na týchto dôležitých vzdialených trhoch.

Pokračovali sme v participatívnych aktivitách, kde sme sa angažovali v B2B aktivitách organizovaných inými oddeleniami štruktúry SLOVAKIA TRAVEL, ako sú FAM tripy, veľtrhy a výstavy. Na týchto podujatiach sme prezentovali Slovensko ako atraktívnu turistickú destináciu a rokovali sme s odbornou verejnosťou o nových príležitostiach, možnostiach spolupráce a trendoch v cestovnom ruchu. Súčasťou práce bolo pravidelne aktualizovať a udržiavať Infokit pre odbornú verejnosť, čím sme zabezpečili, že naši partneri mali vždy prístup k praktickým informáciám o slovenskom cestovnom ruchu. Okrem toho sme komunikovali s univerzitami a absolvovali prednášky na vysokých školách s odborným zameraním na cestovný ruch, čím sme podporili vzdelávanie a výmenu skúseností medzi akademickou obcou a praxou v segmente cestovného ruchu.

Všetky tieto aktivity a projekty nám umožnili efektívne rozvíjať zahraničný cestovný ruch na Slovensku a zvyšovať jeho konkurencieschopnosť na medzinárodnom trhu. Pokračujeme v budovaní vzťahov s kľúčovými zahraničnými partnermi a usilujeme sa o neustály rozvoj a zlepšovanie podmienok pre zahraničných turistov, čím prispievame k udržateľnému rastu slovenského cestovného ruchu v nadchádzajúcich rokoch.

B2B WORKSHOPY

Počas roka 2024 sa SLOVAKIA TRAVEL priebežne zúčastňovala na B2B podujatiach v Európe a iných častiach sveta s cieľom rozšíriť databázu kontaktov touroperátorov a organizátorov zájazdov, ktorí majú záujem zaradiť Slovensko do portfólia dovolení pre svojich klientov a navýšiť tak KPIs príjazdového CR Slovenska.

TRAVEL MATCH OSLO

Travel Match Oslo 2024 sa uskutočnilo 11. januára 2024 v Oslo Congress Center, Nórsko. Tento profesionálny B2B workshop, organizovaný od roku 2012, je najväčším a najdôležitejším podujatím zameraným na outgoingový cestovný ruch z Nórska. Cieľom podujatia je podporiť networking prostredníctvom vopred naplánovaných 15-minútových stretnutí. Účastníci majú k dispozícii digitálnu platformu na plánovanie schôdzok, výmenu správ a správu svojho programu. Na podujatí sa zúčastnilo viac ako 400 účastníkov z rôznych krajín, vrátane Talianska, Rumunska, Pobaltia, Nemecka a Indonézie. SLOVAKIA TRAVEL sa zúčastnilo podujatia druhýkrát a malo príležitosť prezentovať Slovensko ako atraktívnu turistickú destináciu pre nórske tour operátory a cestovné kancelárie. Záujem bol prejavovaný najmä o destinácie ako Bratislava, Tatry a Košice. Okrem stretnutí prebiehali aj semináre a neformálne networkingové aktivity, ktoré prispeli k budovaniu obchodných vzťahov. Účast' na TravelMatch Oslo 2024 bola prínosná pre rozšírenie siete kontaktov a posilnenie pozície Slovenska na nórskom trhu cestovného ruchu.

MATKA WORKSHOP DAY

Matka Workshop Day 2024 sa uskutočnil 17. januára 2024 v Helsinkách vo Fínsku v priestoroch výstavniska Messukeskus. Toto podujatie je najväčším B2B stretnutím cestovného ruchu v severnej Európe, ktoré umožňuje účastníkom zúčastniť sa na vopred dohodnutých 15-minútových stretnutiach s potenciálnymi obchodnými partnermi. Podujatie bolo rozdelené na dve časti: "Meet Finland", kde miestni poskytovatelia služieb stretli medzinárodných touroperátorov, a "Meet The World", fórum pre medzinárodných dodávateľov a destinácie a ich klientov z Fínska a severnej Európy. Na Matka Workshop Day 2024 sa zúčastnilo 644 účastníkov z 45 krajín, ktorí uskutočnili viac ako 3 600 vopred dohodnutých stretnutí. Matka Workshop Day 2024 poskytol SLOVAKIA TRAVEL príležitosť nadviazať nové obchodné kontakty, získať informácie o trendoch v cestovnom ruchu a posilniť svoje pozície na medzinárodnom trhu.

MCE CENTRAL & EASTERN EUROPE SALZBURG

V dňoch 4. – 7.2.2024 sa v rakúskom Salzburgu uskutočnilo podujatie MCE Central & Eastern Europe, ktoré organizovala spoločnosť Europe Congress. Fórum spája destinácie a dodávateľov podujatí zo strednej a východnej Európy s medzinárodnými organizátormi eventov, pričom vďaka starostlivej selekcii účastníkov a efektívnemu programu výrazne zvyšuje potenciál vytvorenia nových obchodných partnerstiev.

Slovensko na podujatí zastupovala SLOVAKIA TRAVEL ako jediný slovenský subjekt. Počas troch dní sa uskutočnilo množstvo vopred dohodnutých B2B stretnutí s buyerami z celého sveta, najmä z prioritných trhov, na ktoré sa SLOVAKIA TRAVEL strategicky zameriava. Počas podujatia sme mali príležitosť predstaviť Slovensko aj prostredníctvom kreatívnej prezentácie pred všetkými účastníkmi. Získali sme viac ako 50 kvalitných B2B kontaktov, pričom viacerí záujemcovia už priamo na mieste prejavili ochotu zúčastniť sa FAM tripov na Slovensku. Podujatie potvrdilo vysoký potenciál Slovenska v segmente MICE a otvorilo nové možnosti pre rozvoj spolupráce so zahraničnými organizátormi podujatí.

CONVENTA 2024

Reprezentovali sme Slovensko na najvýznamnejšom podujatí odvetvia B2B MICE v strednej Európe Conventa 2024. Conventa sa stala významným miestom stretnutí pre organizátorov podujatí hľadajúcich nové destinácie. Využili sme túto príležitosť a absolvovali sme desiatky stretnutí so zahraničnými subjektami zo segmentu MICE z rôznych nielen európskych krajín. Prijali sme pozvanie Slovenian Convention bureau na prvý ročník Conventa Crossroads zameranej na prezentácie best practices a otvorenú diskusiu medzi kľúčovými aktérmi segmentu MICE a destinačného manažmentu zúčastnených krajín. Získali sme mnoho vzácnych inšpirácií a sme vďační za podnetné diskusie zo zástupcami slovenských subjektov pôsobiacich v MICE segmente.

IRISH TRAVEL TRADE SHOW

SLOVAKIA TRAVEL sa v dňoch 17. – 18.4.2024 druhýkrát zúčastnila na Irish Travel Trade Show v Corku a Dubline, jednej z hlavných B2B platforiem pre írsky trh. Počas podujatia sme absolvovali desiatky stretnutí s tour operátormi, cestovnými kanceláriami a médiami. Prejavil sa rastúci záujem o destinácie ako Bratislava, Tatry a Košice, pričom k zvýšenému povedomiu o Slovensku významne prispelo aj nedávne odvysielanie reality show High Road Low Road. Posilnili sme spoluprácu so slovenským veľvyslanectvom v Dubline a nadviazali nové kontakty s írskou asociáciou tour operátorov. Podujatie potvrdilo veľký potenciál Slovenska na írskom trhu, najmä v oblasti gastronomických zážitkov, mestského turizmu a horskej turistiky.

Účasť v dvoch najväčších írskych mestách, Dubline a Corku, umožnila osloviť široké spektrum partnerov z rôznych regiónov Írska. Osobné rokovania zohrali kľúčovú úlohu pri prezentácii Slovenska ako dostupnej, autentickej a atraktívnej destinácie. Priame interakcie a spätná väzba od partnerov zároveň potvrdili rastúci záujem o nové destinácie v strednej Európe vrátane Slovenska.

MBM PRAGUE

Podujatie MBM Tourism Prague 2024 sa konalo v dňoch 14. a 15. marca 2024 v Prahe, počas veľtrhu Holiday World 2024, ktorý sa uskutočnil od 15. do 17. marca 2024. MBM Tourism Prague bolo B2B podujatie zamerané na online aj prezenčné 1on1 networkovanie, určené odborníkom z oblasti cestovného ruchu. Medzi účastníkmi podujatia boli zahraničné cestovné kancelárie, tour operátori, buyeri, ako aj spoločnosti poskytujúce marketingové, PR služby a ďalšie špecializované služby v sektore cestovného ruchu.

SLOVAKIA TRAVEL sa zúčastnilo podujatia už druhýkrát. Tento ročník bol bohatší v porovnaní s predchádzajúcim rokom v zastúpení viacerých krajín, vrátane Talianska, Rumunska, Pobaltia, Nemecka a Indonézie.

DONAU SALON BERLIN

Dňa 7. marca 2024 sa v Berlíne uskutočnil 9. ročník Donau Salon, ktorý organizovalo zastúpenie spolkovej krajiny Bádensko-Württembersko. Donau salon sa tradične koná ako sprievodné podujatie k turistickému veľtrhu ITB v Berlíne. Na podujatí sa zúčastnila SLOVAKIA TRAVEL v spolupráci so ZÚ SR Berlín, kde sme spoločne prezentovali Slovensko ako krajinu s bohatým kultúrnym a prírodným bohatstvom a atraktívnu turistickú destináciu. Účastníci podujatia mali možnosť oboznámiť sa so Slovenskom prostredníctvom videí a propagačných materiálov, ako aj ochutnať slovenské vína a kulinárske špeciality. Slovensko bolo opäť súčasťou podunajského regiónu, ktorý je dlhoročným partnerom tohto podujatia. Okrem Slovenska sa na 9. ročníku podujatia zúčastnili aj Bulharsko, Moldavsko, Rumunsko, Srbsko, Maďarsko a Bosna a Hercegovina.

Úvod podujatia patril vystúpeniam významných predstaviteľov, medzi ktorými boli štátny tajomník pre politickú koordináciu a Európu Štátneho ministerstva Bádensko-Württemberska, F. Hassler, a K.-O. Lang z nadácie „Stiftung Wissenschaft und Politik“. Po úvodných rečiach sa uskutočnila recepcia, počas ktorej mali účastníci možnosť navštíviť prezentačné stánky jednotlivých partnerov a získať informácie o kultúrnych a turistických atrakciách krajín. Dunajský salón sa stretol s veľmi pozitívnym ohlasom a zúčastnilo sa ho približne 300 účastníkov z rôznych oblastí nemeckého politického, diplomatického, spoločenského a hospodárskeho života. Účasť na podujatí bola prínosná nielen pre budovanie povedomia o Slovensku ako turistickej destinácii, ale aj pre nadviazanie kontaktov s mnohými potenciálnymi partnermi z oblasti cestovného ruchu.

ATTA 2024

V dňoch 21. až 23. mája 2024 sa v rakúskom Kitzbüheli uskutočnilo podujatie AdventureELEVATE Europe 2024, ktoré organizovala Adventure Travel Trade Association (ATTA). Toto podujatie bolo prvým európskym vydaním série AdventureELEVATE a prilákalo viac ako 250 účastníkov z 39 krajín a 5 kontinentov. Hlavnou témou podujatia bola „Abenteuerlust – Thirst for Adventure“, ktorá zdôrazňovala rastúci dopyt po dobrodružnom cestovaní a potrebu udržateľného rozvoja v tomto sektore. Program zahŕňal inšpiratívne keynote prednášky, panelové diskusie a praktické workshopy zamerané na témy ako klimatická odolnosť, integrácia technológií a ekologická doprava.

Marketplace, ktorý prebiehal počas dvoch dní, poskytol priestor pre viac ako 1 500 vopred naplánovaných stretnutí medzi dodávateľmi, tour operátormi a médiami. Tento formát umožnil účastníkom nadviazať nové obchodné kontakty a posilniť existujúce partnerstvá. Podujatie v Kitzbüheli predstavovalo významný krok pre európsky trh dobrodružného cestovania a zdôraznilo dôležitosť spolupráce, udržateľnosti a inovácií v tomto odvetví. Účasť na takýchto podujatiach je kľúčová pre posilnenie pozície Slovenska ako atraktívnej destinácie pre dobrodružný cestovný ruch.

BREAK THE ICE DAVOS

Účasť na Break The Ice Forum v Davose (26. – 28. septembra 2024) priniesla významnú príležitosť na rozvoj nových B2B vzťahov a posilnenie prezentácie Slovenska ako atraktívnej MICE destinácie. Počas troch dní prebehlo 25 oficiálnych rokovaní s buyerami a tour operátormi prevažne z DACH regiónu, ako aj množstvo neformálnych stretnutí, ktoré napomohli nadviazaniu a prehĺbeniu kontaktov. Slovensko vzbudilo veľký záujem vďaka svojej autentickému ponuke – mestá ako Bratislava, Košice a región Tatier boli vnímané ako atraktívne a vhodné pre nové incentívne zážitky a eventy. Vysoká kvalita organizácie a efektívny systém plánovania stretnutí umožnili maximálne využiť potenciál podujatia, pričom nadviazané kontakty otvárajú dvere na budúce spolupráce a fam tripy.

Break The Ice Forum potvrdilo trend rastúceho dopytu po nových, autentických európskych destináciách a ukázalo Slovensko ako relevantného hráča v segmente MICE. Podujatie bolo hodnotené ako mimoriadne prínosné a potvrdilo silný potenciál pre rozšírenie slovenskej turistickej ponuky na zahraničných trhoch, najmä v oblasti eventov a incentívnych ciest.

EVENTS CLUB FORUM 2024, PRAHA

Na B2B podujatí Events Club Forum 2024 v Prahe sme využili skvelú príležitosť na rozšírenie siete kontaktov zahraničných profesionálov z MICE segmentu a príležitosť na osobné stretnutia so zástupcami subjektov, ktoré organizujú eventy a incentívu na korporátnej úrovni a rozhodujú o výbere destinácie pre budúce podujatie. Absolvovali sme viac ako 50 B2B rokovaní o potenciáli Slovenska v oblasti MICE a získala sme podnety pre budúce smerovanie a rozvoj MICE aktivít.

ROKOVANIA S B2B PARTNERMI NA MEDZINÁRODNÝCH VEĽTRHOCH A VÝSTAVÁCH

Zástupcovia Oddelenia Rozvoja zahraničného CR SLOVAKIA TRAVEL v roku 2024 absolvovali B2B rokovania so zahraničnou odbornou verejnosťou cestovného ruchu počas veľtrhov FITUR Madrid, Utazás Budapest, ITB Berlin, IMEX Frankfurt a WTM London.

PODPORA ROZVOJA ZAHRANIČNÉHO CR

SLOVAKIA TRAVEL v priebehu roka 2024 aktívne pracovala na budovaní a rozvíjaní databázy kontaktov na zahraničné subjekty cestovného ruchu a iniciovala vývoj vlastného Customer Relationship Management systému, ktorý pracovníkom národnej organizácie pre podporu cestovného ruchu zjednoduší a sprehľadní prácu s kontaktami. Vypracovali sme infokit pre odborníkov v CR, ktorý umožní touroperátorom a organizátorom zájazdov efektívne propagovať Slovensko ako atraktívnu destináciu cestovného ruchu prostredníctvom vzorových itinerárov, grafických a informačných podkladov.

ODBORNÉ PREDNÁŠKY

V spolupráci s Ekonomickou univerzitou v Bratislave, sme prezentovali činnosť a aktivity SLOVAKIA TRAVEL študentom manažmentu cestovného ruchu na obchodnej fakulte. Obdobnú prezentáciu sme absolvovali aj pre členov odborného novinárskeho združenia FIJET.

• Spolupráca krajín V4 – Discover Central Europe

SLOVAKIA TRAVEL v roku 2024 pokračovala v aktívnej participácii na spoločnej kooperačnej a propagačnej platforme národných organizácií cestovného ruchu Slovenska, Poľska, Česka a Maďarska Discover Central Europe. Platforma funguje od roku 2003 a jej činnosť sa odvíja od ročného marketingového plánu, ktorý stanovuje druh spoločných propagačných a marketingových aktivít na vzdialených zdrojových trhoch. V roku 2024 sme sa spoločne s ostatnými krajinami prezentovali na japonskom a severoamerickom trhu a trhu regiónu krajín GCC (Gulf Cooperation Council)

DESTINATION SPECIALIST PROGRAM SEVERNÁ AMERIKA

Pre trh v severnej Amerike sme zabezpečili aktualizáciu obsahu edukatívnej digitálnej platformy Destination Specialist Program, v ktorej touroperátori a predajcovia zájazdov zo severnej Ameriky (USA a Kanada) čerpajú informácie a materiály pre svoje znalosti o destináciách v strednej Európe.

B2B ROADSHOW SEVERNÁ AMERIKA

V novembri 2024 sa SLOVAKIA TRAVEL zúčastnila B2B roadshow v severoamerických mestách Toronto, Boston a Fort Lauderdale. V každom meste počas tematickej panelovej diskusie boli vyzdvihnuté highlighty produktov cestovného ruchu Slovenska a vzorový itinerár po príťažlivých bodoch záujmu v destináciách strednej Európy a Slovenska vrátane dopravnej dostupnosti leteckou dopravou. Absolvovali sme viac ako 100 individuálnych B2B stretnutí a nadobudli sme nové kontakty na severoamerických touroperátorov a organizátorov zájazdov.

PREZENTÁCIA A B2B NETWORKING REGIÓN GCC

Začiatkom mája 2024 sa SLOVAKIA TRAVEL v blízkosti výstaviska ATM Dubai zúčastnila destinačnej prezentácie a individuálnych B2B rokovaní s desiatkami subjektov cestovného ruchu krajín GCC.

KOOPERAČNÁ KAMPAŇ V USA

SLOVAKIA TRAVEL participovala spolu s národnými organizáciami cestovného ruchu krajín V4, the European Travel Commission a OTA (online travel agency) platformou Expedia na kooperačnej digitálnej kampani na trhu USA. Cieľom kampane bolo zvýšenie povedomia a regiónu strednej Európy ako atraktívnej turistickej destinácii a konverzie z predaja dovolenkových služieb prostredníctvom OTA platformy Expedia.

SOCIAL MEDIA KAMPAŇ V JAPONSKU

SLOVAKIA TRAVEL participovala spolu s národnými organizáciami cestovného ruchu krajín V4 na kampani na sociálnych sieťach Facebook, Instagram, X a Youtube v Japonsku v období august – november 2024. V mediapláne kampane bola zahrnutá aj virtuálna tour po atraktivitách Slovenska. Pre kampaň bola vytvorená samostatná prístavacia stránka (landing page), ktorá podnecovala návštevníkov stránky k návšteve atraktivít stredoeurópskeho regiónu a predaju zájazdov do strednej Európy.

B2B NETWORKING PARÍŽ

Spolupráca národných organizácií CR Slovenska, Česka, Poľska a Maďarska funguje aj mimo aktivít platformy Discover Central Europe. V decembri 2024 sa SLOVAKIA TRAVEL spolu so subjektami CR Slovenska zúčastnila B2B networkingu v Paríži, kde sme absolvovali desiatky individuálnych B2B stretnutí.

• Odbor regionálneho cestovného ruchu

PODPORA ORGANIZOVANÉHO CESTOVNÉHO RUCHU

Jednou z líní odbornej spolupráce je podpora organizovaného cestovného ruchu, t.j. prepájanie ponuky a dopytu v rámci príjazdového cestovného ruchu Slovenska cez B2B platformy: organizáciou B2B workshopov, networkingov a famtripov. Podporou predaja v rámci B2B segmentu zvyšujeme nielen povedomie o destinácii, ale aj objem organizovaného cestovného ruchu z najdôležitejších cieľových trhov.

V roku 2024 sme sa sústredili na zviditeľnenie potenciálu Slovenska na vybraných zdrojových trhoch, ktoré sú prioritné alebo majú rastúci potenciál a na ktorých sa zatiaľ nekoordinujú aktivity prostredníctvom zahraničných zastúpení cestovného ruchu SLOVAKIA TRAVEL – Nemecko, Rakúsko, severské krajiny, Pobaltie, Spojené kráľovstvo, Írsko, Benelux, Rumunsko, Francúzsko a iné európske krajiny.

MEDZINÁRODNÉ FAM TRIPY

Cieľom FAM tripov je prezentácia turistických destinácií a produktov cestovného ruchu za účelom zvýšenia povedomia o ponuke Slovenska na danom zahraničnom trhu, zaradenie Slovenska ako novej destinácie do ponuky touroperátorov, cestovných kancelárií, alebo rozšírenie existujúcej ponuky o nové produkty cestovného ruchu Slovenska.

V roku 2024 SLOVAKIA TRAVEL zorganizovala pre zahraničných touroperátorov z prioritných zdrojových trhov 6 medzinárodných FAM tripov, z toho 4 v anglickom jazyku a 2 v nemeckom jazyku. FAM tripov sa zúčastnili zástupcovia zo 15 krajín (Belgicko, Česko, Dánsko, Fínsko, Francúzsko, Grécko, Holandsko, Litva, Lotyšsko, Nemecko, Nórsko, Poľsko, Rakúsko, Rumunsko, Veľká Británia). FAM tripy boli zamerané na leisure a MICE, na rôzne témy (mestá, kultúra, hrady a zámky, UNESCO, hory, lyžovanie, vianočné trhy, kúpele, víno a gastronómia) a rôzne regióny Slovenska.

Počas FAM tripov sa uskutočnili B2B networkingové stretnutia medzi zahraničnými touroperátormi a slovenskými inomingovými subjektami.

Zoznam medzinárodných FAM tripov za rok 2024:

- 27. – 31.5.2024 **Culture, healing mud and history:** Bratislava, Trnava, Piešťany a Banská Štiavnica
- 16. – 20.9.2024 **Košice, the pearl of the East, and high peaks of the Tatras:** Košice a Tatry
- 23. – 29.9.2024 **Nature and culture across northern Slovakia:** Bratislava, Tatry, Spiš a Pieniny
- 14. – 20.10.2024 **Natur und Kultur in der Nordslowakei:** Bratislava, Tatry, Spiš a Pieniny
- 8. – 11.10.2024 **Discover incentive ideas in Bratislava region:** MICE FAM Trip Bratislava, Šamorín, Pezinok a Modra
- 2. – 5.12.2024 **Winter in the capital, winter in Bratislava:** Bratislava a región

B2B NETWORKINGY, WORKSHOPY, PREZENTÁCIE:

Okrem networkingov počas medzinárodných FAM tripov Odbor regionálneho cestovného ruchu zorganizoval ďalšie B2B prezentácie a workshopy pre zástupcov zahraničných touroperátorov a médií.

SLOVAKIA DAY POČAS KONFERENCIE SMAL 12.4.2024

Prezentácia Slovenska a SLOVAKIA TRAVEL na SLOVAKIA DAY (Slovenský deň) počas konferencie Asociácie fínskych touroperátorov a cestovných kancelárií SMAL v Bratislave. Cieľom bolo predstaviť turistickú destináciu Slovensko, MICE ponuku hlavného mesta Slovenska, nadviazať kontakty s fínskymi touroperátormi a rozšíriť ich portfólio o ponuku organizovaných pobytov, firemných podujatí a odborných konferencií na Slovensku. Fínski účastníci absolvovali aj FAM tripy do bratislavského regiónu v spolupráci s príslušnými KOČR a OOCR.

B2B WORKSHOP BERLIN 6.6.2024

V spolupráci so ZÚ SR v Berlíne SLOVAKIA TRAVEL zorganizovala B2B Workshop pre dvadsiatku zahraničných touroperátorov z Nemecka, ktorí rokovali so zástupcami slovenských inomingových touroperátorov, hotelov, kúpeľov a destinácií. Podujatie uvádzala destinačná prezentácia SLOVAKIA TRAVEL a súčasťou programu bola aj ochutnávka gastronomických špecialít a výberu slovenských vín s výkladom someliéra. Zástupcovia SLOVAKIA TRAVEL rokovali okrem zúčastnených nemeckých touroperátorov aj s pozvanými vedúcim predstaviteľmi združení cestovného ruchu a asociácií touroperátorov Deutscher Reiseverband, Allianz Selbständiger Reiseunternehmen – BundesVerband e.V. a Deutsche Industrie und Handelskammer.

PREZENTÁCIA „SPA & WEIN GEHT ES ZUSAMMEN?“ VIEDEŇ 1.10.2024

SLOVAKIA TRAVEL v spolupráci so Slovenským inštitútom vo Viedni usporiadala podujatie zamerané na prezentáciu slovenského kúpeľníctva s cieľom podporiť záujem o návštevu Slovenska, predĺženie pobytu s využitím kúpeľných a wellness služieb a posilniť povedomie partnerov v Rakúsku o turistickej destinácii Slovensko a SLOVAKIA TRAVEL. Podujatie bolo zacielené na zástupcov rakúskych médií, CK a touroperátorov a predstavili sme všeobecnú turistickú ponuku Slovenska a slovenské kúpeľníctvo, ktoré je jedným z ťažiskových produktov cestovného ruchu. Nasledovali individuálne prezentácie slovenských kúpeľov (Piešťany, Trenčianske Teplice, Dudince) a v zmysle názvu podujatia aj prezentácie vinárskych tradícií a degustácia slovenských vín nemecky hovoriacim someliérom.

TRAVEL TRADE ROADSHOW BALTIC VILNIUS, RIGA, TALLIN 12. – 14.11.2024

B2B roadshow pre zahraničných touroperátorov, stretnutia so zástupcami cestovných kancelárií a touroperátorov z Litvy, Lotyšska a Estónska. Na tomto putovnom B2B networkingovom stretnutí s touroperátormi z Pobaltia sa predstavili štyri slovenské subjekty (okrem SLOVAKIA TRAVEL aj inomingová cestovná kancelária a kúpele) v rámci spoločnej prezentácie „Destination Slovakia“. Návštevnosť lokálnych partnerov bola vysoká 75 litovských, 113 lotyšských a 56 estónskych nákupcov a záujem o Slovensko intenzívny, či už o horské rezorty, liečené kúpele, termálne kúpaliská, kultúrne pamiatky a vinárske cesty.

B2B NETWORKING NA ZÚ STOCKHOLM 3.12.2024

V nadväznosti na B2B Workshop Travel News Market v Stockholme, sa uskutočnila aj destinačná prezentácia SLOVAKIA TRAVEL a B2B stretnutia siedmich slovenských subjektov so švédskymi touroperátormi v priestoroch ZÚ SR v Stockholme. Prítomní účastníci ocenili otvorenie nového zahraničného zastúpenia SLOVAKIA TRAVEL od januára 2025, ktoré zintenzívni spoluprácu s médiami a s odbornou verejnosťou v štyroch krajinách – Švédsko, Dánsko, Nórsko, Fínsko.

SPOLUPRÁCA S ODBORNOU VEREJNOSŤOU

Hlavným zameraním činnosti Odboru regionálneho cestovného ruchu je odborná spolupráca s aktérmi pôsobiacimi v slovenskom cestovnom ruchu – štátnymi inštitúciami, krajskými a oblastnými organizáciami cestovného ruchu, incomingovými cestovnými kancelárkami, turistickými informačnými centrami, vzdelávacími inštitúciami, poskytovateľmi služieb cestovného ruchu, ako aj s profesijnými združeniami, ktoré tieto subjekty zastrešujú. Spolupráca s odbornou verejnosťou spočíva vo vzájomnej informovanosti (mailingy, B2B newsletter, korporátna webová stránka), v zosúladení plánovaných aktivít na vybraných cieľových trhoch a zvýšenie synergie týchto aktivít, v tvorbe podkladov pre strategické materiály rozvoja cestovného ruchu, v odbornom vzdelávaní, vo výmene skúseností organizovaním odborných konferencií a regionálnych pracovných stretnutí.

CELOSLOVENSKÉ ODBORNÉ STRETNUTIE PRE STAKEHOLDEROV V CESTOVNOM RUCHU ŠAMORÍN 12. – 13.9.2024

Cieľom celoslovenského pracovného stretnutia bolo posilnenie spolupráce medzi organizáciami v oblasti cestovného ruchu. Účastníci mali možnosť získať prehľad o aktivitách a plánoch SLOVAKIA TRAVEL, Ministerstva cestovného ruchu a športu SR a profesijných združení cestovného ruchu. Po úvode generálnej riaditeľky SLOVAKIA TRAVEL Ivany Vala Magátovej nasledovali príhovory ministra Ministerstva cestovného ruchu a športu SR (MCRaŠ SR) Dušana Keketiho a štátneho tajomníka Mareka Harbuláka a predsedu Trnavského samosprávneho kraja Jozefa Viskupiča ako predstaviteľa hostiteľského regiónu. Odborná verejnosť si vypočula prezentácie aktivít jednotlivých sekcií, odborov SLOVAKIA TRAVEL a zahraničných zastúpení do konca roka 2024 a predbežného plánu na rok 2025. Zástupkyňa Asociácie organizácií cestovného ruchu (AOCR), Michaela Sendeková upriamila pozornosť na výhody profesionálnej platformy na výmenu skúseností a spoločného zastupovania záujmov členských KOOCR/OOCR.

Ministerstvo cestovného ruchu a športu SR komunikovalo nové podmienky predkladania žiadostí o poskytnutie dotácie OCR v roku 2025 a požiadavky na kvalitu spracovania predkladaných projektov OCR.

Program stretnutia obsahoval aj predstavenie príkladov dobrej praxe z regiónov v podaní vybraných krajských a oblastných organizácií cestovného ruchu, tlačovú konferenciu pre zástupcov médií, panelovú diskusiu na tému dôležitosti spolupráce a individuálne stretnutia so zástupcami zahraničných zastúpení SLOVAKIA TRAVEL.

VZDELÁVANIE PRE ODBORNÚ VEREJNOSŤ

SLOVAKIA TRAVEL pokračovala v úspešnom vzdelávacom cykle odborných online webinárov pre odbornú verejnosť určených pre destinačné a profesijné organizácie, ich členov ako aj subjekty a profesionálov v cestovnom ruchu (KOOCR, OOCR, TIC, profesijné zväzy a asociácie, hotely, kúpele, incomingové cestovné kancelárie a iné subjekty cestovného ruchu). Webináre boli organizované v mesiacoch apríl, november a december, tematicky zamerané na tvorby produktu cestovného ruchu, príklady dobrej praxe zo Slovenska a zahraničia, digitálny marketing a jeho využitie v praxi a efektívnu komunikáciu v cestovnom ruchu. Na vzdelávacie webináre organizované SLOVAKIA TRAVEL sa v priebehu roku 2024 prihlásilo viac ako 190 subjektov z cestovného ruchu.

B2B NEWSLETTER

B2B Newsletter SLOVAKIA TRAVEL je určený pre odbornú verejnosť pôsobiacu v cestovnom ruchu na Slovensku. Cieľom je podporiť vzájomnú komunikáciu, informovanosť o realizovaných a pripravovaných aktivitách národnej organizácie pre propagáciu cestovného ruchu na Slovensku SLOVAKIA TRAVEL, poskytnúť aktuálne štatistiky a prieskumy, upozorniť na zaujímavé podujatia, ako aj inšpirovať príkladmi dobrej praxe zo slovenských regiónov a zahraničia.

Newsletter bol zaslaný v mesiacoch apríl, jún, september, november a december 2024. Newsletter je rozdelený do 5 rubriek Aktivity, Pripravujeme, Dáta, Inšpirácie zo Slovenska a Inšpirácie zo zahraničia, všetky články sa nachádzajú na webe slovakiatravel.org.

• Oddelenie produktov v cestovnom ruchu

Hlavným zameraním činnosti produktového oddelenia je mapovanie, analýza a podpora produktovej ponuky cestovného ruchu v regiónoch Slovenska v rámci strategických produktových línií, tvorba databáz a itinerárov turistickej ponuky a koordinácia propagácie produktov cestovného ruchu na národnej úrovni.

Úlohou produktového oddelenia je taktiež monitorovanie a analýza konkurenčných trhov, sledovanie svetových trendov a podpora udržateľného rozvoja cestovného ruchu na Slovensku.

AKTIVITY ODDELENIA PRODUKTOV V ROKU 2024:

- Strategické a metodické činnosti: vypracovanie metodológie analyzovania produktových línií a kritérií zberu dát. Vytvorenie manuálu pre prácu s databázou atraktivít a vypracovanie návrhu krokov na implementáciu podpory rozvoja udržateľného CR na národnej úrovni.
- Tvorba a správa databázy POI a produktov CR: Spustenie a ukončenie prvej fázy mapovania produktov CR v zadaných produktových líniách, vytvorenie verzie databázy 2.0 na podporu spolupráce s KOOCR/OOCR a koordinácia zberu dát a komunikácia so zapojenými partnermi.
- Analýzy produktových línií: Vypracovanie regionálnych analýz ponuky CR podľa krajov (8 krajov SR) v rámci 1. fázy mapovania.
- Regionálne stretnutia v regiónoch s cieľom spoznávania ponuky CR v teréne a nadväzovania spolupráce s partnermi.
- Organizácia press tripu pre medzinárodný produkčný tím za účelom location scoutingu na dokumentárny seriál o udržateľnom CR naprieč Európou.
- Spolupráca na projektoch ako Objavte, Slovakiana, EHMK Trenčín 2026
- Príprava podkladov pre tlačové správy, mediálne kampane, PR aktivity, brožúry, newsletter, zahraničné zastúpenia.
- Tvorba itinerárov pre presstripy a FAM tripy.
- Príprava mesačného Kalendára podujatí na web slovakia.travel v SK a EN verzii.

B2C PODUJATIA:

SVETOVÝ POHÁR V ZJAZDOVOM LYŽOVANÍ SKI WORLD CUP JASNÁ

19. – 21.2.2024 – SLOVAKIA TRAVEL ako partner medzinárodného podujatia sa predstavila pre návštevníkov vo fanzóne prezentačným stanom a sprievodným programom. Cieľom bola propagácia produktov cestovného ruchu Slovenska pre domácich a zahraničných návštevníkov. Spolu so SLOVAKIA TRAVEL sa predstavili aj ďalšie tri oblastné organizácie cestovného ruchu. Vo vnútri a v okolí stánku prebiehali rôzne interaktívne sprievodné programy pre všetky vekové kategórie so zameraním na spoznávanie turistických atraktivít Slovenska v kombinácii so zimnými športami, autogramiáda známych slovenských športovcov – bratia Žampovci, dotazníkové prieskumy o cestovateľskom správaní a ochutnávky regionálnych špecialít. Na pódiu fanzóny sa v pravidelných intervaloch vysielali spoty o Slovensku, vizuály SLOVAKIA TRAVEL boli umiestnené na rôznych miestach podujatia, vysielali sa viaceré mediálne výstupy prostredníctvom priamych prenosov so zásahom viac ako 100-miliónov divákov.

OTVORENIE ZIMNEJ TURISTICKEJ SEZÓNY 2024/2025

30.11.2024 – prezentácia slovenských lyžiarskych stredísk pre širokú verejnosť v obchodnom centre v Bratislave. SLOVAKIA TRAVEL spolu so 16 lyžiarskymi strediskami a organizáciami cestovného ruchu pripravila celodenný interaktívny program na podporu domáceho turizmu. Jeho súčasťou boli vedomostné kvízy o slovenských lyžiarskych strediskách a turisticky zaujímavých miestach a aktivitách v ich okolí, rozhovory s lyžiarskym inštruktorom, možnosť vyskúšať si virtuálne okuliare a zalyžovať si na virtuálnom svahu. Deti potešila guľovačka na interaktívnej stene a mládež súťaž v udržaní rovnováhy na balančnej doske na snowboard. Predstavili sme novinky na aktuálnu zimnú sezónu, zimnú brožúru a prezentačné videá.

Aktivity zahraničných zástupcov SLOVAKIA TRAVEL

Na základe marketingového plánu v roku 2024 zrealizovala rozpočtová organizácia Ministerstva cestovného ruchu a športu Slovenskej republiky – SLOVAKIA TRAVEL na jednotlivých zdrojových trhov viacero prezentačno-propagačných aktivít.

Zahraničné zastúpenia SLOVAKIA TRAVEL:

Poľská republika
Maďarsko
Česká republika
Izrael

Prioritné trhy – príprava zahraničného zastúpenia:
Škandinávia + Fínsko

• ZZ Česká republika:

Charakteristika trhu:

Z pohľadu príjazdového cestovného ruchu sú českí turisti prioritnými návštevníkmi pre Slovenskú republiku. Česká republika je dlhodobo prioritným zdrojovým trhom či už z hľadiska celkového počtu návštevníkov ako aj v počte prenocovaní. Vychádzajúc zo spoločnej histórie, národnej i geografickej blízkosti, ľahkej dostupnosti, bezpečnosti a minimálnej jazykovej bariéry Slovensko ako krajina predstavuje pre našich susedov veľký dovolenkový potenciál.

• Príjazdový cestovný ruch z pohľadu Českej republiky – štatistika

| ROK | Zahraniční návštevníci | Českí návštevníci | Podiel |
|------|------------------------|-------------------|---------|
| 2020 | 854 011 | 377 599 | 44,21 % |
| 2021 | 575 687 | 229 671 | 39,90 % |
| 2022 | 1 594 148 | 562 744 | 35,30 % |
| 2023 | 2 084 239 | 710 883 | 34,11 % |
| 2024 | 2 165 345 | 689 313 | 31,83 % |

• Počet prenocovaní

| ROK | Zahraniční návštevníci | Českí návštevníci | Podiel |
|------|------------------------|-------------------|---------|
| 2020 | 2 347 568 | 1 053 753 | 44,89 % |
| 2021 | 1 465 243 | 618 829 | 42,23 % |
| 2022 | 3 763 883 | 1 441 260 | 38,29 % |
| 2023 | 4 905 438 | 1 808 796 | 36,87 % |
| 2024 | 5 091 581 | 1 742 045 | 34,21 % |

ZDROJ: ŠÚ SR

PREZENTÁCIE A PODUJATIA:

- Výstava HW Praha 15. – 17. marec 2024
- Prezentácia regiónu NR – koncert Zlatá lýra 10. máj 2024
- Koncert Slov. filharmónie s SI Praha 5. november 2024
- Czech Travel Market 19. november 2024
- Vinohradské vinobraní – 9. – 10. september 2022 (B2C)
- Czech Travel Market – 25. – 26. október (B2B)
- Otvorenie Zimnej Turistickej sezóny v Prahe – 4. – 6. december 2024

PRESSTRIPY:

- Presstrip v regióne Bratislava – 25. – 27. január 2024
- Presstrip v regióne Turiec – 14. – 17. február 2024
- Presstrip s rádiom EVROPA 2 – 19. – 22.2.2024
- Fam trip kúpele – 20.- 24. máj 2024
- Presstrip Praha – Košice – 24. – 26. apríl 2024
- Presstrip Liptov+Orava ČT OBJEKTIV – 30.5. – 6.6.2024
- Presstrip s rádiom EVROPA 2 – 18. – 21.6.2024
- Presstrip – Tatry a termály – 20. – 23. jún 2024
- Presstrip Bratislava a čaro Malých Karpát – 18. – 21. august 2024
- Banská Štiavnica presstrip – 25 – 28. september 2024
- Slovenské lázně na podzim – 17 – 20. október 2024
- Navštívte Bratislavu FLIXBUSEM, snadno, pohodlně – 23 – 25. október 2024
- Presstrip Jasná Winter season 28. november – 1. december 2024
- Presstrip advent v BA a TT 5. – 8. december 2024

• ZZ Poľská republika:

Charakteristika trhu:

Návštevníci z Poľskej republiky naďalej patria medzi tzv. stálicu turistov v rámci príjazdového cestovného ruchu. Slovensko síce už nie je prvou voľbou pre poľského turistu, ale stále patríme medzi atraktívne destinácie. V súčasnom období sú turisti z Poľska našou dvojkou z pohľadu príjazdu zahraničných turistov a z celkového počtu turistov predstavujú 12% podiel. Dôležitým faktorom pre Poľského turistu už nie je výhodná cenová ponuka, ale skôr geografická poloha, zvyšovanie úrovne služieb, malá jazyková bariéra.

• Príjazdový cestovný ruch z pohľadu Poľskej republiky – štatistika

| ROK | Zahraniční návštevníci | Poľskí návštevníci | Podiel |
|------|------------------------|--------------------|---------|
| 2020 | 854 011 | 115 838 | 13,56 % |
| 2021 | 575 687 | 59 270 | 10,30 % |
| 2022 | 1 594 148 | 189 764 | 11,90 % |
| 2023 | 2 084 239 | 282 108 | 13,54 % |
| 2024 | 2 165 345 | 323 906 | 14,96 % |

• Počet prenocovaní

| ROK | Zahraniční návštevníci | Poľskí návštevníci | Podiel |
|------|------------------------|--------------------|---------|
| 2020 | 2 347 568 | 320 910 | 13,67 % |
| 2021 | 1 465 243 | 129 312 | 8,83 % |
| 2022 | 3 763 883 | 430 947 | 11,45 % |
| 2023 | 4 905 438 | 650 882 | 13,27 % |
| 2024 | 5 091 581 | 754 401 | 14,82 % |

ZDROJ: ŠÚ SR

PREZENTÁCIE A PODUJATIA:

- Workshop pre CK a TO Krakov – 13. – 14. marec 2024
- Tlačová konferencia v Slovenskom inštitúte Varšava – 22. máj 2024
- 48.ročník Medzinárodné dni ľudového umenia – 5. august 2024
- Workshop v hoteli Stamary, PL – 9. – 10. október 2024
- CR ALLinTOO International Tourism B2B – 29. – 30. október 2024
- Workshop Snow Expo – 23. – 24. november 2024
- Prezentácia adventných trhov – 13. december 2024

PRESSTRIPY A FAM TRIPY:

- Presstrip Bachledka – 9. – 11. január 2024
- Press-trip do regiónu Orava – 15. – 18. január 2024
- Donovaly presstrip – 9. – 11. február 2024
- Presstrip Turiec – 14. – 17. február 2024
- Presstrip Liptov, VT – 17. – 21. marec 2024
- Presstrip Žitný Ostrov – 25. – 28. apríl 2024
- Presstrip Záhorie a Piešťany – 8. – 11. máj 2024
- Presstrip Liptov – 3. – 6. jún 2024
- Presstrip Vysoké Tatry a Bešeňová – 20. – 23. jún 2024
- Presstrip Slovenský raj – 24. – 27. jún 2024
- Presstrip Pieniny – 16. – 19. júl 2024
- Presstrip Orava – 12. – 15. august 2024
- Presstrip Donovaly – 19. – 22. september 2024
- Famtrip v regióne Bratislava – 23. – 25. september 2024
- Presstrip BB a okolie – 1. – 4. október 2024
- Presstrip rajecka dolina – 10. – 13. november 2024
- Presstrip Liptov otvorenie ZTS – 29. – 30. november – 1. december 2024
- Presstrip V. Tatry – 7. – 10. december 2024
- Presstrip Bachledka – 13. – 16. december 2024

MEDIÁLNE SPOLUPRÁCE A KAMPANE:

- Zimná kampaň – SURPRISE
- Ku kampani boli prispôsobené prezentácie a info-cesty v rámci B2B a B2C
- Letná kampaň – Tak blízko k zážitkom – SURPRISE
- Ku kampani boli prispôsobené prezentácie a info-cesty v rámci B2B a B2C
- UNESCO

• ZZ Maďarsko:

Charakteristika trhu:

Z pohľadu príjazdového cestovného ruchu patria maďarskí turisti rovnako medzi dôležitých návštevníkov Slovenska. Slovensko je pre Maďarov relatívne stabilná krajina, spätá historicky, spoločensky a kultúrne, preto dopyt po návšteve tzv. oblastí, ktoré patrili kedysi do Rakúsko-Uhorska je pomerne vysoký. Maďari obdivujú našu nedotknutú prírodu, úchvatné scenérie, pohoria, jaskyne a historické pamiatky a spoločnú kultúru a dejiny.

• Príjazdový cestovný ruch z pohľadu Maďarsko - štatistika

| ROK | Zahraniční návštevníci | Maďarskí návštevníci | Podiel |
|------|------------------------|----------------------|--------|
| 2020 | 854 011 | 42 524 | 4,98 % |
| 2021 | 575 687 | 27 631 | 4,80 % |
| 2022 | 1 594 148 | 85 270 | 5,35 % |
| 2023 | 2 084 239 | 116 056 | 5,57 % |
| 2024 | 2 165 345 | 125 916 | 5,82 % |

• Počet prenocovaní

| ROK | Zahraniční návštevníci | Maďarskí návštevníci | Podiel |
|------|------------------------|----------------------|--------|
| 2020 | 2 347 568 | 98 791 | 4,21 % |
| 2021 | 1 465 243 | 59 887 | 4,09 % |
| 2022 | 3 763 883 | 179 128 | 4,76 % |
| 2023 | 4 905 438 | 243 382 | 4,96 % |
| 2024 | 5 091 581 | 268 611 | 5,28 % |

ZDROJ: ŠÚ SR

PREZENTÁCIE A PODUJATIA:

- Tlačová konferencia Utazás 2024 – 21. február 2024
- Prezentácia Košice v Budapešti pred LTS – 4. apríl 2024
- Prezentácia Bratislava – 7. máj 2024
- Medzinárodná prezentácia SK - Antor v Budapešti – 13. jún 2024
- Prezentácia rezortov Vysoké a Nízke Tatry – 20. jún 2024
- Prezentácia MICE hotelov v Budapešti Vysoké Tatry, Nízke Tatry + Donovaly – 5. júl 2024
- Prezentácia SK, BA – Pozsonyi Piknik – 7. september 2024
- Barborská cesta : BB, BS, Kremnica – 10. september 2024
- Nitra a okolie – prezentácia – 17. október 2024
- MICE – 22. október 2024
- Senior Plus Expo v Budapešti – 25. – 27. október 2024
- Prezentácia zima 2024/25 Budapest workshop – 25. november 2024
- Prezentácia zima 2024/25 Cluj workshop – 27. november 2024
- Tlačová konferencia Zimná Turistická Sezóna v Budapešti – 2. december 2024
- Rozlúčka s rokom 2024 pre odbornú verejnú verejnosť – 3. december 2024

PRESSTRIPY:

- Maďarské lyžiarske preteky vo Vysokých Tatrách Tour de Havat – 25. – 28. január 2024
- Press TRIP detské lyžiarske preteky – 9. – 11. február 2024
- FAM TRIP Jasná, Liptov – 8. – 10. marec 2024
- FAM TRIP Banské mestá – 25. – 28. apríl 2024
- Infocesta Bratislava a okolie – 8. – 10. máj 2024
- Famtrip a presstrip v CR - región Patince – 24. – 26. máj 2024
- FAM TRIP LTS vo VT - otvorenie sezóny LTS – 1. – 4. jún 2024
- Infocesta v regióne Žitný ostrov – 20. – 22. júl 2024
- Infocesta Donovaly – 19. – 22. september 2024
- Infocesta Košice - City breaks – 18. – 20. október 2024
- Infocesta Jasná Otvorenie ZTS – 29. november – 1. december 2024
- FAM TRIP BA a TT – adventný región – 5. – 8. december 2024
- Inforcesta v regióne Vysoké Tatry – 12. – 15. december 2024

• ZZ Izrael:

Charakteristika trhu:

Turisti z Izraela sú vo všeobecnosti považovaní za pomerne solventných spotrebiteľov služieb cestovného ruchu, čomu však zodpovedajú aj ich požiadavky na ponúkanú kvalitu. Celkovo Izraelčania do strednej Európy cestujú za zábavou a radi navštevujú kasína. Na Slovensku, najmä tých starších, lákajú kúpele, hlavne Piešťany. Mladí Izraelčania, rovnako ako iní mladí ľudia, zase radi vyhľadávajú nočný život a zábavu. Zároveň je návštevníkom z tejto krajiny vlastné preferovať aktívne trávenie času v horskom prostredí a objavovať krajinu, predovšetkým Vysoké Tatry. Oslovuje ich najmä tatranská príroda a zeleň, lebo tú doma nemajú. Mnohí spájajú pobyt v Tatrách s návštevou miest holokaustu v Poľsku. Okrem Tatier a Piešťan navštevujú turisti z Izraela aj Bratislavu a Liptov.

Izrael, ako krajina s majoritnou populáciou židovského vierovyznania, vyhľadáva rovnako kultúrno-historické pamiatky s judaistickou tematikou. Slovensko má čo ponúknuť aj klientele ortodoxných Židov, ktorá postupne narastá. Pre ortodoxných veriacich z celého sveta má totiž Bratislava jedinečnú hrobku Chatama Sofera. Približne 88 % izraelských návštevníkov na Slovensku tvoria turisti, t.j. hostia minimálne s jedným prenocovaním. Jednodňoví návštevníci (výletníci) predstavujú 9 % a cca 3 % tvoria tranzitné návštevy.

• Príjazdový cestovný ruch z pohľadu Maďarsko – štatistika

| ROK | Zahraniční návštevníci | Izraelskí návštevníci | Podiel |
|------|------------------------|-----------------------|--------|
| 2020 | 854 011 | 2 051 | 0,24 % |
| 2021 | 575 687 | 7 383 | 1,28 % |
| 2022 | 1 594 148 | 17 379 | 1,09 % |
| 2023 | 2 084 239 | 23 204 | 1,11 % |
| 2024 | 2 165 345 | 18 207 | 0,84 % |

• Počet prenocovaní

| ROK | Zahraniční návštevníci | Izraelskí návštevníci | Podiel |
|------|------------------------|-----------------------|--------|
| 2020 | 2 347 568 | 6 346 | 0,27 % |
| 2021 | 1 465 243 | 19 532 | 1,33 % |
| 2022 | 3 763 883 | 70 966 | 1,89 % |
| 2023 | 4 905 438 | 88 204 | 1,80 % |
| 2024 | 5 091 581 | 63 044 | 1,24 % |

ZDROJ: ŠÚ SR

MEDIÁLNE SPOLUPRÁCE A KAMPANE:

- PR kampaň na digitálnom trhu v Izraeli realizovaná so zámerom propagácie Slovenska ako atraktívnej turistickej a dovolenkovej destinácie s trvaním v čase od 1. do 25. december 2024 a celkovým počtom dosiahnutých takmer 733 tisíc online impresií na online izraelskom trhu.

• ZZ Severské krajiny:

V roku 2024 ZZ pre Severské krajiny nebolo. Slávnostné otvorenie ZZ pre Severské krajiny sa uskutočnilo 16.1.2025 vo Fínsku počas najväčšieho severského veľtrhu cestovného ruchu MATKA 2025

Charakteristika trhu: Škandinávsky trh predstavuje z pohľadu slovenského cestovného ruchu perspektívny segment s vysokou kúpyschopnosťou obyvateľstva. Turisti z týchto krajín vyhľadávajú predovšetkým aktívnu dovolenku v prírode, ako je pešia turistika, cykloturistika, zimné športy či wellness pobyty – teda oblasti, v ktorých má Slovensko silný potenciál. Dôležitú úlohu zohráva aj ich záujem o udržateľné a autentické cestovanie, čo korešponduje s ponukou slovenských regiónov, ako sú Tatry, Liptov či slovenské kúpele. Škandinávci často preferujú individuálne cestovanie, preto je pre Slovensko kľúčová silná online prezentácia a dostupnosť kvalitných informácií v anglickom jazyku.

Napriek týmto výhodám čelí Slovensko aj určitým výzvam – najmä nízkej známosti ako turistickej destinácie v tomto regióne a obmedzeným priamym dopravným spojeniam. Marketingové aktivity by sa preto mali zamerať na digitálnu propagáciu, spoluprácu s influencermi a prezentáciu Slovenska na veľtrhoch cestovného ruchu v Škandinávii. Kľúčom k úspechu je zdôrazňovanie prírodnej krásy, kultúrnej autenticity a udržateľného charakteru destinácie, čo korešponduje s očakávaniami škandinávskych turistov.

• Príjazdový cestovný ruch z pohľadu Škandinávia + Fínsko – štatistika

| ROK | Zahraniční návštevníci | Škandinávski návštevníci | Podiel |
|------|------------------------|--------------------------|--------|
| 2020 | 854 011 | 8 249 | 0,35 % |
| 2021 | 575 687 | 9 816 | 0,67 % |
| 2022 | 1 594 148 | 34 439 | 0,91 % |
| 2023 | 2 084 239 | 43 233 | 0,88 % |
| 2024 | 2 165 345 | 42 841 | 0,84 % |

• Počet prenocovaní

| ROK | Zahraniční návštevníci | Škandinávski návštevníci | Podiel |
|------|------------------------|--------------------------|--------|
| 2020 | 2 347 568 | 21 759 | 0,93 % |
| 2021 | 1 465 243 | 21 042 | 1,44 % |
| 2022 | 3 763 883 | 72 247 | 1,92 % |
| 2023 | 4 905 438 | 92 929 | 1,89 % |
| 2024 | 5 091 581 | 89 864 | 1,76 % |

ZDROJ: ŠÚ SR

Personalistika

• Počet zamestnancov – vývoj v roku 2024

Personálny vývoj v roku 2024 reflektoval aktuálne potreby organizácie v nadväznosti na jej organizačné zmeny. Zamestnanecká štruktúra sa priebežne adaptovala na meniace sa požiadavky v oblasti odbornosti a kapacitného zabezpečenia činností.

V hodnotenom období bolo v organizačnej štruktúre plánovaných 94 systemizovaných pracovných miest. K dátumu 31. decembra 2024 organizácia evidovala 62 zamestnancov, z toho 43 žien.

Z celkového počtu zamestnancov malo 55 osôb ukončené vysokoškolské vzdelanie. Počet vedúcich zamestnancov predstavoval 15 osôb, z toho 8 žien.

Priemerný prepočítaný počet zamestnancov za obdobie od vzniku organizácie do 31. 12. 2024 dosiahol úroveň 45,98, pričom priemerný prepočítaný počet žien predstavoval 31,17.

Najvýznamnejšie faktory ovplyvňujúce realizáciu organizačnej štruktúry zahŕňali:

- zmena vedenia organizácie v prvom polroku,
- nízky záujem o zamestnanie vo verejnej správe,
- nízka znalosť zamestnávateľskej značky organizácie,
- pretrvávajúci útlm v oblasti cestovného ruchu, ktorý viedol k obmedzenej potrebe zamestnancov na plnenie operatívnych úloh.

V reakcii na uvedené výzvy organizácia prijala viaceré opatrenia zamerané na stabilizáciu a rozvoj ľudských zdrojov. Medzi ne patrilo najmä:

- posilnenie interných komunikačných kanálov a adaptačných mechanizmov pre nových zamestnancov,
- intenzívnejšia propagácia pracovných príležitostí cez profesionálne náborové platformy,
- aktívne budovanie zamestnávateľskej značky (employer branding),
- flexibilné prispôbenie personálnych kapacít aktuálnym potrebám organizácie a sektora cestovného ruchu.

Tieto kroky prispeli k postupnému zlepšeniu personálnej situácie v druhej polovici roka a vytvorili predpoklady pre efektívnejšie napĺňanie plánovanej organizačnej štruktúry.

• Vzdelávanie zamestnancov

Vzdelávacie aktivity v hodnotenom období boli zamerané predovšetkým na adaptáciu novoprijatých zamestnancov na podmienky fungovania organizácie.

Významná časť školení sa sústredila na prípravu a prechod na nový Centrálny ekonomický systém (CES), ako aj na interné procesy vo verejnej správe, najmä v oblastiach ako sú verejné obstarávanie tovarov a služieb a implementácia legislatívnych zmien.

Doplňujúco boli realizované aj školenia zamerané na rozvoj jazykových kompetencií a zlepšovanie prezentačných zručností zamestnancov.

• Sociálna politika a benefity

Sociálna politika SLOVAKIA TRAVEL bola v priebehu hodnoteného obdobia zameraná predovšetkým na podporu stravovania zamestnancov a rozvoj firemnej kultúry. Spoločnosť postupovala v súlade so schváleným ročným rozpočtom tvorby a čerpania sociálneho fondu, ktorý bol tvorený povinným prídedom vo výške 1 % z objemu mzdových prostriedkov a ďalším prídedom najmenej vo výške 0,05 %.

Zamestnávateľ prispieval na stravovanie zamestnancov vo výške 77,46 %, ako aj na doplnkové dôchodkové sporenie (III. pilier), pričom príspevok zamestnávateľa bol stanovený vo výške 2 % z úhrnu miezd a plátov zamestnancov.

V súvislosti s ukončením účinnosti Kolektívnej zmluvy vyššieho stupňa (KZVS) pre zamestnávateľov postupujúcich pri odmeňovaní podľa zákona č. 553/2003 Z. z. o odmeňovaní niektorých zamestnancov pri výkone práce vo verejnom záujme, ku dňu 31. 08. 2024, a vzhľadom na skutočnosť, že k 1. 9. 2024 nedošlo k uzatvoreniu novej KZVS, SLOVAKIA TRAVEL prijala opatrenia smerujúce k zachovaniu pracovných podmienok zamestnancov, a to:

- rešpektovaním predzmluvných pracovnoprávných vzťahov,
- dodržiavaním zásad rovnakého zaobchádzania,
- aplikovaním princípov právnej istoty a zachovania legitímnych očakávaní zamestnancov.

Na základe uvedeného boli so zamestnancami uzatvorené dodatky k pracovným zmluvám, ktorými im boli zachované a priznané zamestnanecké benefity v rozsahu, ktorý im prináležal na základe predchádzajúcej účinnej KZVS.

• Bezpečnosť a ochrana zdravia pri práci (BOZP) a požiarna ochrana (PO)

V oblasti bezpečnosti a ochrany zdravia pri práci spoločnosť postupovala v súlade so zákonom č. 124/2006 Z. z. o bezpečnosti a ochrane zdravia pri práci a s internou politikou BOZP a PO, ktorá bola schválená vedením organizácie.

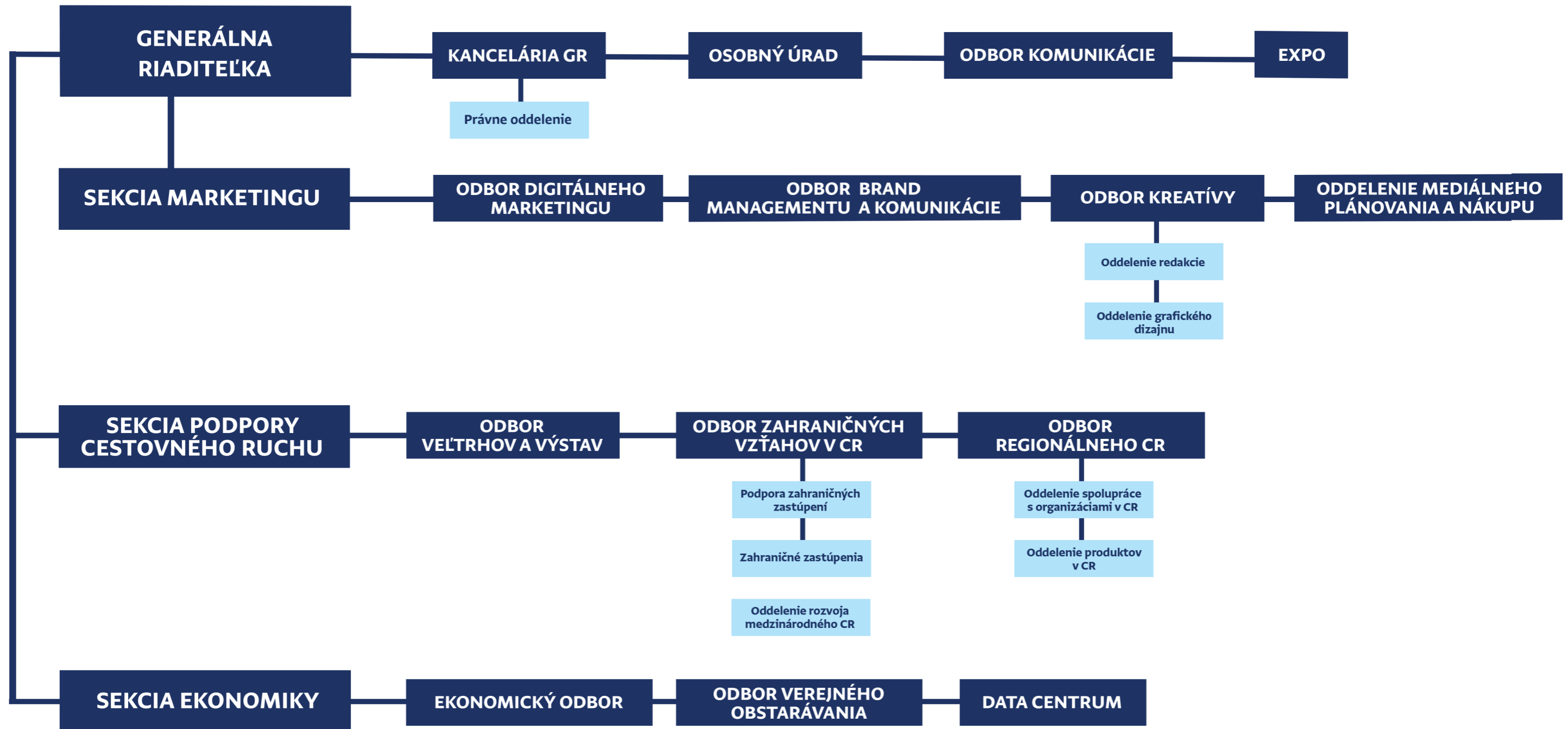
Všetci zamestnanci absolvovali povinné školenia z oblasti BOZP a PO, vrátane vstupných a opakovacích školení, v súlade s platnými právnymi predpismi.

Zamestnancom boli zároveň poskytnuté informácie o rizikách na pracovisku a postupe v prípade mimoriadnych udalostí.

V priebehu hodnoteného obdobia neboli zaznamenané žiadne pracovné úrazy ani mimoriadne udalosti v oblasti BOZP alebo PO.

S cieľom zvyšovať úroveň bezpečnostnej kultúry boli realizované aj preventívne opatrenia, interné audity a konzultácie so zodpovednými odbornými garantmi BOZP a PO.

ORGANIZAČNÁ ŠTRUKTÚRA K 31.12.2024:



Hospodárenie

A. Príjmy

(v eurách)

| SLOVAKIA TRAVEL | Schválený rozpočet k 1.1.2024 | Upravený rozpočet k 31.12.2024 | Skutočné plnenie k 31.12.2024 |
|-------------------------------|-------------------------------|--------------------------------|-------------------------------|
| príjmy | 0,00 | 0,00 | 19 356 |
| z toho: prijaté z rozpočtu EÚ | 0,00 | 0,00 | 0,00 |

Vyhodnotenie plnenia príjmov podľa ekonomickej klasifikácie:

Rozpočtová organizácia SLOVAKIA TRAVEL nemala na rok 2024 rozpočtované žiadne príjmy. Skutočné plnenie príjmov k 31.12.2024 bolo vo výške 19 356 €. Išlo o nedaňové príjmy – z predaja výrobkov (spoluvystavovateľské poplatky).

B. Výdavky

(v eurách)

| SLOVAKIA TRAVEL | Upravený rozpočet k 1.2.2024 (po delimitácií z MD SR) | Upravený rozpočet k 31.12.2024 | Čerpanie k 31.12.2024 |
|--------------------------------|--|--------------------------------|-----------------------|
| výdavky | 31 052 863,23 | 25 789 078,09 | 23 686 153,66 |
| z toho: kryté prostriedkami EÚ | 0,00 | 0,00 | 0,00 |

V nadväznosti na Delimitačný protokol medzi MD SR a MCRaŠ boli 26.02.2024 pre organizáciu SLOVAKIA TRAVEL delimitované prostriedky z rozpočtu MD SR na MCRaŠ SR vo výške 24 489 519,22 €, z toho na podprogram 0I304 vo výške 24 333 446,98 € a na podprogram 0EK16 vo výške 156 072,24 €.

V nadväznosti na Delimitačný protokol medzi MH SR a MCRaŠ SR, ktorým sa presunula agenda spojená so svetovou výstavou EXPO 2025 OSAKA z MH SR na MCRaŠ SR, sa 09.07.2024 delimitovali prostriedky vo výške 6 563 344,01 € z rozpočtu MH SR do rozpočtu MCRaŠ SR na podprogram 0I306. Z uvedeného objemu boli bežné výdavky vo výške 1 502 134,01 € a kapitálové výdavky vo výške 5 061 210,00 €.

(v eurách)

| | Upravený rozpočet k 1.2.2024 (po delimitácií z MD SR) | Upravený rozpočet k 31.12.2024 | Čerpanie k 31.12.2024 | Rozdiel |
|--|--|--------------------------------|-----------------------|---------------------|
| Výdavky SLOVAKIA TRAVEL | | | | |
| SPOLU: | 31 052 863,23 | 25 789 078,09 | 23 686 153,66 | 2 102 924,43 |
| Bežné výdavky | 25 991 653,23 | 25 758 724,49 | 23 655 800,06 | 2 102 924,43 |
| v tom: | | | | |
| 610 – Mzdy, platy a OOV | 2 942 983,83 | 2 122 983,83 | 2 056 870,42 | 66 113,41 |
| 620 – Odvody a príspevky | 1 151 257,16 | 1 151 257,16 | 753 282,92 | 397 974,24 |
| 630 – Tovary a služby | 21 767 223,62 | 22 354 294,88 | 20 760 225,28 | 1 594 069,60 |
| 640 – Bežné transfery | 130 188,62 | 130 188,62 | 85 421,44 | 44 767,18 |
| Kapitálové výdavky | 5 061 210,00 | 30 353,60 | 30 353,60 | 0,00 |
| v tom: | | | | |
| 710 – Obstarávanie kapitálových aktív | 5 061 210,00 | 30 353,60 | 30 353,60 | 0,00 |
| C. Prostriedky EÚ | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| D. Výdavky štátneho rozpočtu podľa programov, v tom: | 31 052 863,23 | 25 789 078,09 | 23 686 153,66 | 2 102 924,43 |
| 0I3 Rozvoj a podpora cestovného ruchu | 30 896 790,99 | 25 640 177,39 | 23 586 228,74 | 2 053 948,65 |
| 0EK16 Informačné technológie financované zo štátneho rozpočtu – MCRaŠ SR | 156 072,24 | 148 900,00 | 99 924,92 | 48 975,78 |

Najväčší objem rozpočtových prostriedkov bol použitý na účely prezentácie Slovenska doma a v zahraničí, a to na podprograme 0I304 na podpoložke 637003 – Propagácia, inzercia, reklama vo výške 18 141 838,06 € a za prenájom priestorov na podpoložke 636001 – Nájomné budov objektov a ich častí vo výške 983 653,31 €.

Z pohľadu programov bolo čerpanie výdavkov nasledovné:

(v eurách)

| | Upravený rozpočet k 1.2.2024 | Upravený rozpočet k 31.12.2024 | Čerpanie k 31.12.2024 | Rozdiel |
|---|---------------------------------|-----------------------------------|--------------------------|---------------------|
| SPOLU: | 31 052 863,23 | 25 789 078,09 | 23 686 153,66 | 2 102 924,43 |
| 01304 | 24 333 446,98 | 24 138 043,38 | 23 148 861,75 | 989 181,63 |
| v tom: | | | | |
| 610 Mzdy, platy, služobné príjmy a OOV | 2 819 112,21 | 1 999 112,21 | 1 992 270,42 | 6 841,79 |
| 620 Poistné a príspevok do poisťovní | 1 094 910,25 | 1 094 910,25 | 729 232,92 | 365 677,33 |
| 630 Tovary a služby | 20 297 366,50 | 20 921 962,90 | 20 343 316,83 | 578 646,07 |
| 640 Bežné transfery | 122 058,02 | 122 058,02 | 84 041,58 | 38 016,44 |
| 710 Obstaranie kapitálových aktív | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| 01306 | 6 563 344,01 | 1 502 134,01 | 437 366,99 | 1 064 767,02 |
| v tom: | | | | |
| 610 Mzdy, platy, služobné príjmy a OOV | 123 871,62 | 123 871,62 | 64 600,00 | 59 271,62 |
| 620 Poistné a príspevok do poisťovní | 56 346,91 | 56 346,91 | 24 050,00 | 32 296,91 |
| 630 Tovary a služby | 1 313 784,88 | 1 313 784,88 | 347 337,13 | 966 447,75 |
| 640 Bežné transfery | 8 130,60 | 8 130,60 | 1 379,86 | 6 750,74 |
| 710 Obstaranie kapitálových aktív | 5 061 210,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| 0EK1601 | 42 000,00 | 4 474,86 | 2 992,80 | 1 482,06 |
| v tom: | | | | |
| 630 Tovary a služby | 42 000,00 | 4 474,86 | 2 992,80 | 1 482,06 |
| 0EK1602 | 32 989,10 | 63 342,70 | 47 269,60 | 16 073,10 |
| v tom: | | | | |
| 630 Tovary a služby | 32 989,10 | 32 989,10 | 16 916,00 | 16 073,10 |
| 710 Obstaranie kapitálových aktív | 0,00 | 30 353,60 | 30 353,60 | 0,00 |
| 0EK1603 | 81 083,14 | 81 083,14 | 49 662,52 | 31 420,62 |
| v tom: | | | | |
| 630 Tovary a služby | 81 083,14 | 81 083,14 | 49 662,52 | 31 420,62 |

BEŽNÉ VÝDAVKY

Kategória 610 Mzdy, platy a ostatné osobné vyrovnania

V nadväznosti na delimitáciu od 01.02.2024 boli upravené mzdové výdavky na objem 2 819 112,21 € pre 90 osôb. V nadväznosti na delimitáciu agendy EXPO sa rozpočtovým opatrením zvýšil limit počtu zamestnancov od 10.05.2024 do 31.12.2024 v prepočítanom počte o 4 osoby spolu na 94 osôb a rozpočet mzdových výdavkov sa zvýšil o sumu 123 871,62 € na objem 2 942 983,83 €.

K 31.12.2024 bol rozpočet mzdových výdavkov upravený na sumu 2 122 983,83 €, čerpanie bolo vo výške 2 056 870,42 € (96,9 %).

Kategória 630 Tovary a služby

Podprogram 01304 - Propagácia a prezentácia SR v zahraničí a na Slovensku

Výdavky boli čerpané v nasledovnej štruktúre:

(v eurách)

| Ukazovateľ | Upravený rozpočet k 1.2.2024 | Upravený rozpočet k 31.12.2024 | Čerpanie k 31.12.2024 |
|-----------------------------------|---------------------------------|-----------------------------------|--------------------------|
| 630 - Tovary a služby | 20 297 366,50 | 20 921 962,90 | 20 343 316,83 |
| v tom: | | | |
| 631 - Cestovné náhrady | 282 086,99 | 252 086,99 | 215 576,94 |
| 632 - Energie, voda a komunikácie | 66 238,27 | 36 238,27 | 8 768,44 |
| 633 - Materiál | 100 430,09 | 115 430,09 | 22 358,73 |
| 634 - Dopravné | 85 116,77 | 85 116,77 | 23 730,39 |
| 635 - Rutinná a štandardná údržba | 9 128,00 | 9 728,00 | 4 507,60 |
| 636 - Nájomné za nájom | 1 024 689,89 | 1 027 089,89 | 994 307,21 |
| 637 - Služby | 18 729 676,49 | 19 396 272,89 | 19 074 067,52 |

Výdavky boli použité na zabezpečenie prevádzky organizácie SLOVAKIA TRAVEL a na propagáciu Slovenska doma a v zahraničí.

Podprogram 0I306 EXPO

Výdavky boli čerpané v nasledovnej štruktúre:

(v eurách)

| Ukazovateľ | Upravený rozpočet k 1.7.2024 | Upravený rozpočet k 31.12.2024 | Čerpanie k 31.12.2024 |
|-----------------------------------|------------------------------|--------------------------------|-----------------------|
| 630 - Tovary a služby | 1 313 784,88 | 1 313 784,88 | 347 337,13 |
| v tom: | | | |
| 631 - Cestovné náhrady | 99 984,40 | 99 984,40 | 26 043,43 |
| 632 - Energie, voda a komunikácie | 0,00 | 220,00 | 210,06 |
| 633 - Materiál | 0,00 | 620,00 | 0,00 |
| 634 - Dopravné | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| 635 - Rutinná a štandardná údržba | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| 636 - Nájomné za nájom | 0,00 | 100 000,00 | 89 397,74 |
| 637 - Služby | 1 213 180,48 | 1 112 960,48 | 231 685,90 |

Výdavky boli použité na nájom oficiálneho priestoru pavilónu vo výške 89 397,74 €, spracovanie architektonického návrhu a dokumentácie k realizácii výstavy slovenskej expozície vo výške 44 000,00 €, prieskum trhu a spracovanie dizajnu kreatívneho konceptu vo výške 58 400,00 €.

Medzirezortný podprogram OEK16 Informačné technológie financované zo štátneho rozpočtu - MCRaŠ SR

Výdavky boli čerpané v nasledovnej štruktúre:

(v eurách)

| Ukazovateľ | Upravený rozpočet k 1.2.2024 | Upravený rozpočet k 31.12.2024 | Čerpanie k 31.12.2024 |
|------------------------------------|------------------------------|--------------------------------|-----------------------|
| 630 - Tovary a služby | 156 072,24 | 118 547,10 | 69 571,32 |
| v tom: | | | |
| OEK1601 - Systémy vnútornej správy | 42 000,00 | 4 474,86 | 2 992,80 |
| 633 - Materiál | 2 500,00 | 2 993,00 | 2 992,80 |
| 636 - Nájomné za nájom | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| 635 - Rutinná a štandardná údržba | 37 526,00 | 0,86 | 0,00 |
| 637 - Školenia, kurzy, semináre | 1 974,00 | 1 481,00 | 0,00 |
| OEK1602 - Špecializované systémy | 32 989,10 | 32 989,10 | 16 916,00 |
| 633 - Materiál | 5 489,10 | 16 909,10 | 16 916,00 |
| 635 - Rutinná a štandardná údržba | 25 000,00 | 15 280,00 | 0,00 |
| 636 - Nájomné za nájom | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| 637 - Služby v oblasti IKT | 2 500,00 | 800,00 | 0,00 |
| OEK0L03 - Podporná infraštruktúra | 81 083,14 | 81 083,14 | 49 662,52 |
| 632 - Energie, voda a komunikácie | 37 638,14 | 31 212,46 | 15 049,39 |
| 633 - Materiál | 38 365,00 | 40 520,68 | 28 839,53 |
| 635 - Rutinná a štandardná údržba | 4 000,00 | 4 000,00 | 423,60 |
| 636 - Nájomné za nájom | 1 080,00 | 1 080,00 | 1 080,00 |
| 637 - Školenia, kurzy, semináre | 0,00 | 4 270,00 | 4 270,00 |

Výdavky boli použité na nákup tovarov a služieb v oblasti informačných technológií v členení na podprogramy:

- OEK1601 - výdavky vo výške 2 992,80 € boli vyčerpané na licencie na používanie programov a nájom programov pre verejné obstarávanie a právne oddelenie,
- OEK1602 - výdavky vo výške 16 916,00 € boli vyčerpané na licencie na používanie programov pre sekciu marketingu (grafické nástroje a nástroje pre správu sociálnych médií) a licencie do databázy dát z online rezervačných systémov potrebným k prieskumom v oblasti CR,
- OEK1603 - výdavky vo výške 49 662,52 € boli vyčerpané na mesačné platby za telefónne poplatky, internet a nájom 2 multifunkčných zariadení, nákup výpočtovej a telekomunikačnej techniky a licencie na používanie MS Office, vykonanie auditu v oblasti kybernetickej bezpečnosti a na analýzu a návrh riešenia MS Sharepoint.

Kategória 640 Bežné transfery

(v eurách)

| Ukazovateľ | Schválený rozpočet k 1.2.2024 | Upravený rozpočet k 31.12.2024 | Čerpanie k 31.12.2024 |
|--|-------------------------------|--------------------------------|-----------------------|
| 640 - Bežné transfery | 122 058,02 | 130 188,62 | 85 421,44 |
| v tom: | | | |
| 642 - Transfery jednotlivcom a nezisk. právnickým osobám | 95 824,14 | 103 954,74 | 60 374,51 |
| 649 - Transfery do zahraničia | 26 233,88 | 26 233,88 | 25 046,93 |

Výdavky boli použité na dočasnú pracovnú neschopnosť (642015) vo výške 4 205,17 €, odstupné (642012) vo výške 15 800 €, príspevok na stravovanie zamestnancov (EK 642014) vo výške 40 369,34 € a na členské príspevky medzinárodným organizáciám v oblasti cestovného ruchu (649003) vo výške 25 046,93 €, z toho pre European Travel Commision vo výške 21 692,36 €, CORPS touristique e. V.DE vo výške 400 €, Austrian Travel Association vo výške 916 €, Magyar Utazási Irodák Szövetsége vo výške 500 €, Polska Izba Turystyki vo výške 264,19 €, Asociace českých cestovních kanceláří a Agentur vo výške 160 €, Antor Norway vo výške 109,71 €, CORPS Touristique Austria vo výške 250 €, SUOMEN MATKAILUALAN LIITO vo výške 750 €.

KAPITÁLOVÉ VÝDAVKY

V súvislosti s prechodom agendy EXPO z MH SR boli do rozpočtu MCRaŠ SR pre SLOVAKIA TRAVEL delimitované kapitálové výdavky vo výške 5 061 210 € (podprogram 01306 - EXPO (zdroj 131N)). Rozpočtovým opatrením MF SR boli podľa § 8 zákona č. 523/2004 Z. z. o rozpočtových pravidlách verejnej správy uvoľnené kapitálové výdavky viazané v predchádzajúcich rozpočtových rokoch v sume 523 398 € (zdroj 131M). Následne boli zo strany MF SR všetky tieto kapitálové výdavky (5 584 608 €) viazané za účelom dodržania limitu verejných výdavkov.

Kapitálové výdavky boli v roku 2024 čerpané len na prvku 0EK1602 - Špecializované systémy vo výške 30 353 € (zdroj 111) na tvorbu webstránky EXPO vo výške 9 950 € a na investičnej akcii 52865 - CRM systém - subdoména cms vo výške 20 403 €.

(v eurách)

| Ukazovateľ | Upravený rozpočet k 1.2.2024 | Upravený rozpočet k 31.12.2024 | Čerpanie k 31.12.2024 |
|--|------------------------------|--------------------------------|-----------------------|
| 710 - Obstarávanie kapitálových aktív | 5 061 210,00 | 30 353,60 | 30 353,60 |
| v tom: | | | |
| 711 - Nákup nehmotných aktív | 0,00 | 30 353,60 | 30 353,60 |
| v tom: 01304 zdroj 111 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| 01306 zdroj 111 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| 0EK1602 zdroj 111 | 0,00 | 30 353,60 | 30 353,60 |
| 713 - Nákup strojov, prístrojov, zariadení | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| v tom: 01304 zdroj 131M | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| 01306 zdroj 131M | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| 0EK16 zdroj 131M | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| 714 - Prípravná a projektová dokumentácia | 5 061 210,00 | 0,00 | 0,00 |
| v tom: 01306 zdroj 131N | 5 061 210,00 | 0,00 | 0,00 |

Vízia

Cieľom činnosti organizácie **SLOVAKIA TRAVEL** je **propagácia a podpora cestovného ruchu Slovenskej republiky doma aj v zahraničí**. SLOVAKIA TRAVEL je **štátna organizácia** zriadená Ministerstvom cestovného ruchu a športu SR, ktorá má za úlohu:

- **Zviditeľňovať Slovensko** ako atraktívnu turistickú destináciu.
- **Koordinovať marketingové aktivity** v oblasti cestovného ruchu.
- **Zabezpečovať účasť Slovenska** na medzinárodných veľtrhoch, výstavách a promo podujatiach.
- **Spolupracovať s regionálnymi a miestnymi subjektmi** v cestovnom ruchu.
- **Podporovať rozvoj produktov cestovného ruchu**, ako sú kultúrny turizmus, prírodné atrakcie, kúpele, gastro turizmus a podobne.
- **Zber a analýza údajov** o cestovnom ruchu na účely zlepšovania stratégie propagácie.

Hlavným cieľom agentúry v roku 2025 bude posilnenie povedomia o značke Slovensko na vybraných zahraničných trhoch a komunikácia na domáceho klienta. V rámci komunikácie cieľme na blízke zahraničie (krajinu V4, Rakúsko), krajiny širšieho zahraničia (Nemecko, Izrael, Škandinávia) v spojitosti s otvorením zahraničných zastúpení, čomu prispôbujeme nástroje komunikačného mixu, ako aj produkt a samotnú obsahovú stránku komunikácie.

V roku 2025 pokračujeme s vynoveným komunikačným konceptom „Slovensko prekvapí“, ktorý má za cieľ zatraktívnenie a dynamizáciu pozicioningu Slovenska a jeho komunikáciu ako turistickej destinácie založenej na prekvapivých turistických zážitkoch. Prostredníctvom dlhodobého a zapamätateľného komunikačného konceptu chceme nastaviť relevantný pozicioning Slovenska, ktorý zároveň reflektuje potreby a očakávania turistov a cestovateľov tak, aby bol pre nich atraktívny a motivačný.

V roku 2025 plánujeme 2 silné vlny imagovej kampane vo vynovenom šate na domacom i zahraničnom trhu a v druhej polovici roku uvedieme na trh aj produktové kampane zamerané na produkty: citybreak a spa.

Zámerom je vytvoriť nový koncept marketingovej stratégie spojený s kompletným rebrandingom, novými imagovými a citybreakovými videami, ktoré budú doplnené o produktové videá na základe analýz a spolupráce v rámci oddelení v rámci organizácie SLOVAKIA TRAVEL.

PRIDAJTE SA K NÁM

 @SlovakiaTravelSK

 @slovakia.travel

 slovakia-travel

SLOVAKIA
TRAVEL

Národná destinačná organizácia v oblasti podpory rozvoja cestovného ruchu
v Slovenskej republike | Suché mýto 7045/1, 811 03 Bratislava – Staré Mesto