



**MINISTERSTVO
DOPRAVY A VÝSTAVBY
SLOVENSKEJ REPUBLIKY**

**DOBRY
NAPAD
SLOVENSKO**

Aktualizácia marketingovej stratégie Sekcie cestovného ruchu na roky 2019 - 2020

1/2019

SEKCIA CESTOVNÉHO RUCHU

HRADY, ZÁMKY

VODA A ZÁBAVA

60%

20%

60%

40%

UNESCO

ZIMA A ŠPORT

Obsah

	1
STRATÉGIA ROZVOJA CESTOVNÉHO RUCHU DO ROKU 2020	3
STRUČNÁ CHARAKTERISTIKA VÝVOJA CR	4
VYHODNOTENIE PLNENIA STRATÉGIE	6
HLAVNÉ CESTOVATEĽSKÉ TRENDY	8
VÍZIA A CIELE 2019 - 2020	9
PRODUKTOVÉ SKUPINY A LÍNIE CR 2019 A 2020	10
CIEĽOVÉ SEGMENTY TRHU 2019 A 2020	13
CIEĽOVÉ TRHY 2019 A 2020	14
MARKETINGOVÝ STRATEGICKÝ KONCEPT CR SLOVENSKA NA ROKY 2019 – 2020	16
KOMUNIKAČNÁ STRATÉGIA NA ROKY 2019 - 2020	20
KOMUNIKAČNÁ STRATÉGIA NA ROKY 2019 – 2020 V RÁMCI JEDNOTLIVÝCH TRHOV	23
NOSNÉ TÉMY PRE ROKY 2019 - 2020 A OBLASTI V RÁMCI SPOLUPRÁCE S OCR	38
ZÁVER	40
PRÍLOHY	41

Úvod

Cestovný ruch je veľmi dynamický systém, ktorý citlivo reaguje na široké spektrum rôznorodých faktorov spoločenského, hospodárskeho či geopolitického prostredia. Ide o fenomén modernej doby, pričom zaujímavosťou jeho vývoja v posledných rokoch je skutočnosť, že priemerné tempo rastu je trvalo vyššie ako tempo rastu svetovej ekonomiky.

Stratégia rozvoja cestovného ruchu do roku 2020 schválená uznesením vlády SR č. 379/2013 z 10. júla 2013 je základným, platným a aktívne využívaným dokumentom na rozvoj cestovného ruchu v Slovenskej republike. Na splnenie vytýčeného strategického cieľa „zvyšovanie konkurencieschopnosti cestovného ruchu pri lepšom využívaní potenciálu, so zámerom vyrovnávať regionálne disparity a vytvárať nové pracovné príležitosti“ bolo definovaných 30 úloh v rámci troch špecifických cieľov.

Slovenská agentúra pre cestovný ruch (ďalej len SACR) bola štátna príspevková organizácia špecializovaná na marketing a štátnu propagáciu cestovného ruchu Slovenskej republiky. Bola zriadená v roku 1995 Ministerstvom hospodárstva SR, pričom od roku 2013 spadala pod gesciu Ministerstva dopravy, výstavby a regionálneho rozvoja SR. Vykonávala marketing cestovného ruchu na celoštátnej úrovni a medzi hlavné úlohy jej činnosti patrilo:

- poskytovanie informácií o možnostiach cestovného ruchu na Slovensku,
- propagácia Slovenska ako atraktívnej cieľovej krajiny cestovného ruchu,
- prispievanie k tvorbe pozitívneho obrazu Slovenska v zahraničí,
- podpora tvorby a predaja produktov cestovného ruchu Slovenskej republiky,
- plnenie úlohy národnej organizácie destinačného manažmentu.

Osvedčená a praxou preukázaná úloha štátneho marketingu spočívala najmä v zlepšení predpokladov pre úspech na medzinárodnom trhu cestovného ruchu pre štát ako cestovný cieľ, jeho regióny, ale aj pre dosiahnutie vyššieho tempa rastu v porovnaní s konkurenciou.

SACR bola oprávnená vykonávať oficiálne zastúpenia v zahraničí a vytvárať detašované pracoviská v tuzemsku a v zahraničí s cieľom čo najefektívnejšej propagačno-prezentačnej činnosti. SACR mala zriadené zahraničné zastúpenia v Českej republike, Poľsku, Maďarsku, Rakúsku, Nemecku a Ruskej federácii, pričom z hľadiska efektívnej pôsobnosti na cieľových trhoch je nevyhnutne potrebné posilnenie existujúcich a vytvorenie predpokladov pre zriadenie nových zahraničných zastúpení. Ich opodstatnenosť dokazujú oveľa vyššie počty delegatúr konkurenčných krajín (Česká republika – 24, Rakúsko – 21, Maďarsko – 19, Poľsko – 14 a Nemecko – 32). V rámci podpory spolupráce a efektívnej činnosti v oblasti strategického destinačného manažmentu na Slovensku má SACR zriadené regionálne zastúpenia v Bratislave, Trnave, Nitre, Trenčíne, Žiline, Banskej Bystrici, Košiciach, Prešove a vo Vysokých Tatrách.

Cestovný ruch je veľmi dynamický systém, ktorý citlivo reaguje na široké spektrum rôznorodých faktorov spoločenského, hospodárskeho či geopolitického prostredia. Ide o

fenomén modernej doby, pričom zaujímavosťou jeho vývoja v posledných rokoch je skutočnosť, že priemerné tempo rastu je trvalo vyššie ako tempo rastu svetovej ekonomiky.

Vládou schválená Stratégia rozvoja cestovného ruchu do roku 2020, v rámci marketingových aktivít SACR bola implementovaná prostredníctvom Marketingovej stratégie SACR na roky 2014-2020. Táto stratégia bola schválená PVM MDV SR na októbrovom zasadnutí v roku 2013. V roku 2017 SACR rozhodnutím ministra bola zrušená a všetky kompetencie a úlohy prebrala SCR MDV SR.

V nadväznosti na aktuálny vývoj, dosahované výkony cestovného ruchu na Slovensku, zmeny na globálnom trhu, nové trendy, objemy zdrojov na podporu CR a zánik NTB je potrebné pristúpiť k aktualizácii vybraných častí platnej Marketingovej stratégie CR Slovenska na roky 2014 – 2020.

Stručná charakteristika vývoja CR

V roku 2017 zaznamenal turizmus opäť celosvetový rast a stal sa jedným z najrýchlejšie sa rozvíjajúcich hospodárskych odvetví na globálnom trhu. Podľa Svetovej organizácie cestovného ruchu (UNWTO), sa obchodný objem turizmu dnes rovná, alebo dokonca prevyšuje objem vývozu ropy, potravinárskych výrobkov alebo automobilov.

Cestovný ruch od prelomu tisícročí progresívne napreduje. Napriek svetovej hospodárskej kríze v rokoch 2008 a 2009, sa v priebehu obdobia od roku 2000 po súčasnosť zvýšil objem medzinárodných príjazdov na globálnom trhu o +95 % a objem príjmov z CR o viac ako 140 %. Vlni bolo na celom svete zaznamenaných viac ako 1,3 mld. medzinárodných príjazdov, čo predstavuje takmer +7% rast. V porovnaní s predchádzajúcim rokom pribudlo celosvetovo +84 mil. cestovateľov.



Zdroj: Svetová organizácia cestovného ruchu (UNWTO)

Prvenstvo na globálnom trhu si stále drží Európa s viac ako 51% (671 mil.) podielom medzinárodných príjazdov z celého sveta. V porovnaní s predchádzajúcim rokom ide o +8,4 % rast, čo predstavuje zvýšenie objemu návštevnosti o +52 mil., čiže 61 % z celosvetového nárastu.

Tento nastúpený trend a progresívny vývoj cestovného ruchu by mal pokračovať aj v roku 2018. UNWTO predpokladá v tomto roku nárasty medzinárodných príjazdov na globálnom trhu o približne +4 až +5 % (pre región Európy +3,5 - 4,5 %), pričom predikcia je rovnako optimistická až do roku 2030 a počíta s objemom 1,8 mld. medzinárodných príjazdov.


Historicky najvyššie objemy návštevnosti dosahuje v posledných rokoch aj turizmus na Slovensku. Odvetvie generujúce ročne viac ako 8 mld. € pridanej hodnoty v slovenskej ekonomike s priamym HDP približne 2 mld. € a zamestnávajúce viac ako 320 tis. ľudí, tak potvrdzuje svoj významný potenciál a dôležité postavenie v rámci národného hospodárstva Slovenskej republiky. V posledných troch rokoch vzrástli výkony cestovného ruchu na Slovensku o približne +45 % (objem návštevnosti +44 %; objem tržieb UZ CR +48 %). Je evidentné, že cestovný ruch na Slovensku významne prispieva k tvorbe hodnôt ekonomiky, kultúrno-sociálnemu rozvoju krajiny, podporuje tvorbu lokálnych produktov a poskytuje pracovné príležitosti pre tisíce ľudí po celej krajine.

Na druhej strane je nevyhnutné zobrať do úvahy fakt, že sa v poslednom období začalo tempo rastu výkonov cestovného ruchu na Slovensku spomaľovať, pričom v roku 2017 predstavoval medziročný vývoj ubytovacej štatistiky pri zahraničných návštevníkoch 6,7 % (+135 tis. hostí), no priemerné tempo rastu v Európe znamenalo 8,4% nárast návštevnosti. Konkurencia napredovala rýchlejšie a dosiahla aj oveľa väčšie medziročné prírastky zahraničnej návštevnosti (napr. Česká republika + 870 tis. zahraničných hostí s tempom rastu +9,4 %, Poľsko + 695 tis. hostí s tempom rastu 11,4 %, Maďarsko +348 tis. hostí s tempom rastu + 6,6 %, Rakúsko + 1,3 mil. hostí s tempom rastu 4,8 %). Za posledné štyri roky zaznamenali okolité trhy progresívnejší vývoj, pričom v Českej republike pribudlo v tomto období približne 2 mil. zahraničných návštevníkov, v Poľsku 1,3 mil., v Maďarsku 1 mil. a v Rakúsku 4,2 mil. zahraničných hostí.

Tento vývoj indikuje určitú stagnáciu a nepriaznivý stav nevyužitej príležitosti, resp. skutočnosť, že z pohľadu Slovenska nie je dostatočne využitá konjunktúra na globálnom trhu CR. Nachádzame sa v silne konkurenčnom prostredí, kde pôsobí množstvo krajín s podobným potenciálom, ktoré sa takisto snažia prilákať dovolenkárov do svojich destinácií CR. Pre úspešné zvyšovanie návštevnosti Slovenska a zabezpečenie jeho konkurencieschopnosti na medzinárodnom trhu cestovného ruchu by mali tempá rastu prevyšovať globálne trendy a dosahovať hodnoty približne z rokov 2015 a 2016.

Vyhodnotenie plnenia stratégie

Názov cieľa	Stav plnenia k novembru 2018
<p>1. Maximalizácia ekonomických prínosov z cestovného ruchu pre národné hospodárstvo, najmä:</p> <ul style="list-style-type: none"> - zvýšenie objemu devízových príjmov z AZCR, - rast výdavkov účastníkov vnútorného CR na Slovensku, - rast pridanej hodnoty odvetví CR v Slovenskej republike. 	<p>V rámci daného cieľa sa cieľ adekvátne napĺňa. Stratégia mala za cieľ v ukazovateľoch:</p> <ul style="list-style-type: none"> - zvýšenie objemu devízových príjmov z AZCR. Tempo rastu objemu devízových príjmov z AZCR má priemerne v rokoch 2014-2017 výšku 10,1%. Splnené - rast výdavkov účastníkov vnútorného CR na Slovensku. Tempo rastu výdavkov účastníkov vnútorného CR na Slovensku v rokoch 2014 – 2017 je dostupné za roky 2014 – 2015 a v danom období dosiahlo pokles o 15,8%. Cieľ nenaplnený. - rast pridanej hodnoty odvetví CR v Slovenskej republike. Tempo rastu pridanej hodnoty odvetví CR v Slovenskej republike v rokoch 2014 - 2017 je dostupné za roky 2014 – 2015 a v danom období dosiahlo pokles o 7,4%. Cieľ nenaplnený.
<p>2. Rast účasti na domácom a aktívnom zahraničnom cestovnom ruchu:</p> <ul style="list-style-type: none"> - zvýšenie objemu pobytového CR, rast počtu prenocovaní, stabilizovanie priemernej dĺžky pobytu účastníkov CR na Slovensku a zvýšenie využívania ubytovacej kapacity. 	<p>V rámci daného cieľa sa cieľ adekvátne napĺňa. Počet návštevníkov ako domácich, tak aj zahraničných stúpa každým rokom (2014-2017). Stratégia mala za cieľ v ukazovateľoch:</p> <p>Aktívny zahraničný cestovný ruch</p> <ul style="list-style-type: none"> - počet ubytovaných návštevníkov - v roku 2014 minimálne vzrásť o 5 % za rok, v roku 2015 o minimálne 3 % za rok, v rokoch 2016 – 2017 o minimálne 3,5 % za rok. Tempo rastu v roku 2014 vzhľadom k roku 2015 bolo 14%, 2015 k 2016 bolo 15%, v roku 2016 k 2017 bolo 6%. Splnené - počet prenocovaní - v roku 2014 minimálne vzrásť o 5 % za rok, v roku 2015 o minimálne 4 % za rok, v roku 2016 minimálne o 4,5 % za rok a v roku 2017 o minimálne 5 % za rok. Tempo rastu v roku 2014 vzhľadom k roku 2015 bolo 12%, 2015 k 2016 bolo 13%, v roku 2016 k 2017 bolo 5%. Splnené

	<ul style="list-style-type: none"> - priemerná dĺžka pobytu žiaľ od roku 2014 do roku 2017 klesá z hodnoty 2,6 na hodnotu 2,5. Cieľ nenaplnený <p>Domáci cestovný ruch</p> <ul style="list-style-type: none"> - počet ubytovaných návštevníkov - v roku 2014 minimálne vzrásť o 5 % za rok, v roku 2015 o minimálne 5,5 % za rok, v rokoch 2016 – 2017 o minimálne 4,5 % za rok. Tempo rastu v roku 2014 vzhľadom k roku 2015 bolo 14%, 2015 k 2016 bolo 13%, v roku 2016 k 2017 bolo 7%. Splnené - počet prenocovaní - v roku 2014 minimálne vzrásť o 5 % za rok, v roku 2015 o minimálne 5,5 % za rok, v rokoch 2016 – 2017 o minimálne 5 % za rok. Tempo rastu v roku 2014 vzhľadom k roku 2015 bolo 11%, 2015 k 2016 bolo 12%, v roku 2016 k 2017 bolo 5%. Splnené - priemerná dĺžka pobytu žiaľ od roku 2014 do roku 2017 klesá z hodnoty 3,1 na hodnotu 3. Cieľ nenaplnený - zvýšenie využívania ubytovacej kapacity. Ukazovateľ stúpa počas obdobia 2014 -2017 priemerne 27,85%.
<p>3. Posilnenie pozície značky Slovenska a jasnej identifikácie Slovenska ako atraktívnej dovolenkovej destinácie ponúkajúcej konkurencieschopný produkt.</p>	<p>Cieľ sa priebežne plní prostredníctvom implementácie Jednotnej prezentácie Slovenska v zahraničí, ktorého gestorstvo má MZVaEZ SR. Mutácia loga pre cestovný ruch je:</p> 

	
<p>4. Využitie značky významných medzinárodných podujatí organizovaných na Slovensku alebo v zahraničí k zvýšeniu povedomia o Slovensku</p>	<p>Cieľ sa priebežne plní. Slovak Convention Bureau (SCB) ako fungujúci nástupca formou aktívnej platformy po zaniknutej SACR realizuje aktivity smerom k prilákaniu významných podujatí na Slovensko a aktívne sa predstaviteľ SCB zúčastňuje stretnutí na národnej ako aj na medzinárodnej úrovni s partnermi a kompetentnými osobami, ktoré majú právo rozhodnúť o daných aktivitách v rámci organizácie.</p>

Hlavné cestovateľské trendy

Súčasná situácia na globálnom trhu CR a nové cestovateľské trendy sú pre Slovensko veľmi priaznivé a poskytujú priestor na ďalšie využitie potenciálu našej krajiny ako cieľovej dovolenkovej destinácie. Z dlhodobého hľadiska je možné pozorovať preferenciu **kratších dovolení viackrát do roka**. Medzi najnovšie cestovateľské trendy na medzinárodnom trhu CR patrí aj predĺžená dovolenka, keď digitálne pracoviská umožňujú cestovateľom pracovať aj na dovolenke. Môžu si predĺžiť víkend a zostať v cieľovom mieste bez výraznejšieho prerušenia pracovného procesu. Ide o tzv. „**bleisure boom**“, ktorý predstavuje spájanie príjemného s užitočným, t. j. sklbenie pracovných povinností so súkromnými voľnočasovými záujmami alebo výletmi, kedy si obchodní cestujúci predlžujú svoj pobyt za osobným účelom, prípadne aj s rodinnými príslušníkmi. Tomuto vývoju napomáha aj popularita a vzostup Airbnb. Okrem toho rastie význam faktora bezpečnosti pri dovolenovaní, ktorý vzhľadom na aktuálny geopolitický vývoj vo svete, vo výraznejšej miere ovplyvňuje spotrebiteľov pri svojom rozhodovaní sa o cieľovej destinácii.

Čoraz väčšiu úlohu teda zohrávajú v súčasnosti v rámci trávenia dovolení „domáce“ regióny, to znamená, že dovolenkári cestujú skôr na **kratšie vzdialenosti do bližších** a bezpečnejších destinácií. V poslednom období získava na popularite najmä **trvalo udržateľný cestovný ruch a ekoturizmus**. Ľudia začínajú byť viac uvedomelí a berú väčší ohľad na životný priestor, resp. prostredie v ktorom sa pohybujú, čo sa prejavuje aj v správaní cestovateľov. Pri výbere dovolenky začínajú preferovať destinácie aplikujúce udržateľné postupy šetrné k životnému prostrediu, t. j. cieľové miesta CR, kde platia napr. zvýšené opatrenia na ochranu prírody a kultúrnych zdrojov, s reguláciou vplyvu CR na životné prostredie, miesta so zapojením miestneho obyvateľstva do služieb CR a spotreby regionálnych produktov.

Zvyšuje sa aj záujem o aktívne a **dobrodružné cesty s autentickými zážitkami**. Do popredia sa tiež dostávajú tzv. „solo“ **dovolenky**, najmä u ženskej časti účastníkov cestovného ruchu. Veľmi obľúbeným, v poslednom období, je aj „**food adventure**“ spojené s kulinárskymi zážitkami, nákupmi lokálnych potravín alebo vínnym turizmom. Medzi najnovšie trendy patrí tiež cestovanie vlakom, poznávanie nových kultúr, uskutočňovanie viacgeneračných pobytov alebo návšteva národných parkov či menších miest a destinácií. Okrem toho sa stále do popredia dostávajú aktivity spojené so zdravým životným štýlom, resp. wellness turizmom a rovnako sa záujem začína výrazne **orientovať na deti** alebo dospelujúcich ako tých, ktorí vo veľkej miere v konečnom dôsledku určujú nákup a predstavujú nastupujúcu generáciu účastníkov CR.

Vízia a ciele 2019 - 2020

Slovensko sa prostredníctvom potenciálu atraktívnej primárnej, kvalitnej sekundárnej ponuky CR a realizácie koncepcných návrhov marketingovej stratégie stane do roku 2020 obľúbenou a vyhľadávanou dovolenkovou destináciou odlišiteľnou na medzinárodnom trhu cestovného ruchu.

Ako cieľová destinácia CR bude Slovensko európsky rozpoznateľnou krajinou s konkurencieschopnými produktmi a komplexnou ponukou CR orientovanou na cieľové skupiny návštevníkov, ktorí očakávajú a vyžadujú vysokú úroveň rozmanitosti ponuky, atraktivitu produktov prinášajúcich nezvyčajné autentické zážitky, inovatívny produkt CR a kvalitu služieb za konkurenčné ceny na relatívne malom území.

Slovensko bude v roku 2020 atraktívnou krajinou cestovného ruchu poskytujúcou svojim návštevníkom priaznivé podmienky pre pobytový cestovný ruch s kvalitnou ponukou orientovanou na kultúru a tradície, prírodne bohatstvo a rekreáciu, zábavu, zdravie a odpočinok.

Stanovené ciele:

Maximalizácia ekonomických prínosov z cestovného ruchu pre národné hospodárstvo, najmä:

- zvýšenie objemu príjmov z príjazdového CR Slovenska,
- rast výdavkov účastníkov vnútorného CR na Slovensku,
- rast pridanej hodnoty odvetví CR v Slovenskej republike.

Rast účasti na domácom a príjazdovom cestovnom ruchu so zameraním na zvýšenie objemu pobytového CR, rast počtu prenocovaní, stabilizovanie priemernej dĺžky pobytu účastníkov CR na Slovensku s perspektívou jej zvyšovania a efektívnejšie využívanie ubytovacej kapacity.

Posilnenie pozície značky Slovenska a jasnej identifikácie Slovenska ako atraktívnej dovolenkovej destinácie ponúkajúcej konkurencieschopný produkt.

Využitie značky významných **medzinárodných podujatí organizovaných na Slovensku** alebo v zahraničí k zvýšeniu povedomia o Slovensku.

Produktové skupiny a línie CR 2019 a 2020

Kultúrny, historický a prírodný potenciál cestovného ruchu každej krajiny predurčuje z dlhodobého hľadiska jej druhy – produktové skupiny cestovného ruchu. V prípade Slovenska, vychádzajúc aj zo Stratégie rozvoja cestovného ruchu do roku 2020 sú to:

Letná dovolenka - Letný cestovný ruch. Motívom je predovšetkým aktívny aj pasívny oddych, relax a turistika. Primárna aj sekundárna ponuka krajiny ako národné parky a chránené územia, jaskyne, turistické chodníky, sieť cyklistických trás, adrenalínové parky, golfové ihriská, akvaparky, kúpaliská, vodné plochy a rieky poskytujú dostatok možností a príležitostí pre trávenie letnej dovolenky na Slovensku. Poľovníctvo.

Zimná dovolenka - Zimný cestovný ruch. Vhodné geografické podmienky, investície do materiálo-technickej základne, zvyšujúca sa kvalita poskytovaných služieb a široký výber rôznorodých lyžiarskych stredísk dáva Slovensku konkurenčnú výhodu oproti väčšine okolitých krajín. Celoročne otvorené termálne kúpaliská a aquaparky túto ponuku dopĺňajú. Zjazdové a bežecké lyžovanie, snowboarding, zážitkové a adrenalínové športy a aquaparky a termálne kúpaliská.

Kúpeľníctvo - Kúpeľný a zdravotný cestovný ruch. Neobyčajné množstvo kvalitných prírodných prameňov, čistý vzduch a vysoký štandard kúpeľných služieb predurčujú kúpeľný cestovný ruch na jednu z nosných foriem CR na Slovensku. Nejedná sa iba o klasický zdravotný CR s liečebnými procedúrami a medicínskou starostlivosťou, ale aj o oblasť prevencie a zdravého životného štýlu – wellness, fitness a beauty. Netradičné liečebné aktivity.

Kultúrny a mestský cestovný ruch. Motívom je najmä získavanie nových poznatkov, poznávanie nových miest, ľudí, krajov, ale aj zvykov a tradícií. Slovensko disponuje veľkým kultúrno-historickým potenciálom ako sú pamiatky zapísané v zoznamoch Svetového dedičstva UNESCO, hrady, zámky, pamiatkové rezervácie, náboženské pamiatky, múzeá a galérie, atď., ale aj bohatým folklórom, tradíciami a ľudovou tvorivosťou. Územie Slovenska bolo niekoľko tisíc rokov križovatkou rôznych kultúrnych vplyvov, miestom, kde sa stretávali rôzne národy, národnosti, vierovyznania, čo v súčasnosti predstavuje z hľadiska cestovného ruchu potenciál oslovovať množstvo rôznorodých cieľových skupín a segmentov trhu (napr. židovské pamiatky, oblasti nemeckého osídlenia a obdobia spoločnej histórie s vybranými zdrojovými trhmi). Hlavné mesto Bratislava, hrady a zámky atď. spojené s akciami.

Kongresový cestovný ruch. Patrí z ekonomického hľadiska dlhodobo k najvýnosnejším formám cestovného ruchu, prináša zisk pre podnikateľské subjekty, mesto, región, nepodlieha ekonomickým tlakom ani sezónnosti. Je jednou z najstabilnejších foriem cestovného ruchu, je tvorcom vyšších ziskov a vylepšuje prestíž krajiny. Mítingy a kongresy v hlavnom meste Bratislava a konferencie a iné odborné podujatia.

Incentívne aktivity – Tatry – miesto motivácie, kultúrne podujatia (festivaly, výstavy), športové udalosti (športové turnaje a súťaže), náboženské podujatia (púte a návštevy významných

religiózných miest), exkurzie (do výrobných prevádzok so špecifickou slovenskou produkciou, ako pivovary, keramické dielne, sklárne...)

Vidiecky cestovný ruch a agroturistika. Vo svete ide o pomerne široko využívanú, v podmienkach Slovenska o relatívne mladú, avšak rozvíjajúcu sa formu cestovného ruchu, ktorá dáva široké možnosti miestnym farmárom, producentom, poskytovateľom služieb a remeselníkom. Vzhľadom na dnešný rýchly a na technológie orientovaný spôsob života, vyvolávajúci potrebu návratu k prírode a tradičným hodnotám, ide o veľmi perspektívnu produktovú skupinu cestovného ruchu. Sú to pobyty v ekologicky vhodných podhorských oblastiach so zaradením rôznych aktivít spojených so spoznávaním života a tradícií na vidieku. Súčasťou môžu byť aj prezentácia a konzumácia typických jedál a nápojov pre vybrané slovenské lokality.

Vernostné programy – programy zamerané na udržanie a rozvoj vzťahov so zákazníkmi, resp. návštevníkmi našej krajiny, čo je bežný štandard v zahraničí.

Tieto ťažiskové druhy cestovného ruchu vychádzajú nielen zo získaných poznatkov, realizovaných výskumov, vývoja dopytu, existujúceho potenciálu a historického vývoja cestovného ruchu na Slovensku, ale sú v súlade aj s Koncepciou územného rozvoja Slovenska a kontinuálne nadväzujú na Stratégiu rozvoja CR Slovenska do roku 2020 schválenú vládou Slovenskej republiky dňa 10. Júla 2013.

PRODUKTOVÉ SKUPINY CESTOVNÉHO RUCHU	PRODUKTOVÉ LÍNIE (TÉMY)	PROPAGOVANÉ PRODUKTY A SLUŽBY
Letný cestovný ruch	Voda a zábava	Aquaparky a termálne kúpaliská Splavovanie riek a vodný turizmus Adrenalinové centrá Golf
	Hory a turistika	Pešia a vysokohorská turistika Jaskyne Cykloturistika Autokempingy Lyžiarske strediská
Zimný cestovný ruch	Zimné športy	Bežecké lyžovanie Skialpinizmus Zimná turistika
	Zábava v zime	Aquaparky Zimné adrenalinové aktivity Apreski a podujatia v lyžiarskych strediskách Vianočné trhy, zimné podujatia a festivaly
Kúpeľný a zdravotný cestovný ruch	Zdravie	Kúpele – liečebné pobyty Medical Tourism Wellness strediská
	Wellness	Relax hotely Aquaparky UNESCO
Kultúrny a mestský cestovný ruch	Kultúrne dedičstvo	Hrady, zámky, kaštiele, galérie, múzeá Skanzeny a pamiatkové rezervácie ľudovej architektúry
	Mestá a kultúra	Bratislava Architektúra, história, pútné miesta Zábava, nakupovanie (city breaks) Kultúrno-spoločenské podujatia
	Spoločenské podujatia	Festivaly – moderné, folklórne Púte a náboženské podujatia Jarmoky a vinobrania Vianočné trhy
	Zážitková gastronómia	Regionálne špeciality Gastronomické podujatia Vinárstvo a vinné cesty, pivovary a pivné cesty Kongresové a konferenčné hotely a zariadenia Incentive house a eventové agentúry Špeciálne eventové priestory PCO, DMC, lokálne convention bureau
Kongresový cestovný ruch	MICE	
Vidiecky cestovný ruch a agroturistika	Krásky vidieka a relax v prírode	Pobyty na vidieckych usadlostiach, farmách a penziónoch spojené s hospodárskymi aktivitami, ľudovými tradíciami, regionálnou gastronómiou a folklórnymi podujatiami Pešia turistika a cykloturistika

Cieľové segmenty trhu 2019 a 2020

Slovensko, ako cieľová destinácia CR, ponúka množstvo jedinečností cestovného ruchu, ktoré sú určené pre rôzne skupiny potenciálnych návštevníkov. Na základe analýz možností a atraktivít primárnej ponuky, úrovne materiálno-technického vybavenia sekundárnej ponuky cestovného ruchu Slovenska a v súlade prebiehajúcimi zmenami v prístupe k spotrebiteľskej segmentácii, definovanej v strategickom dokumente ETC – HORIZON 2022, bude Slovensko uplatňovať nasledovnú segmentáciu cieľových skupín:

Aktívny návštevník – uprednostňuje aktívne trávenie dovolenky spojené s pobytom na horách, v prírode a pri vode. V letných mesiacoch vyhľadáva aktivity spojené s pešou turistikou, cykloturistikou, návštevou jaskýň, vodných plôch, termálnych kúpalísk, aquaparkov a adrenalínových centier. V zimných mesiacoch sa zaujíma najmä o pobyty spojené s návštevou stredísk so širokou ponukou možností zimných športov. Hlavné produktové témy propagácie pre uvedený segment sú: [Voda a zábava](#), [Hory a turistika](#), [Zimné športy](#), [Zábava v zime](#), [Krásy vidieka a relax v prírode](#).

Pasívny návštevník – typologicky ide o účastníka cestovného ruchu, ktorý sa počas svojho pobytu zameriava najmä na odpočinok a regeneráciu telesných aj duševných síl pasívnou formou. Do tohto segmentu spadajú najmä návštevníci kúpeľov a wellness centier, ktorí uprednostňujú dlhodobé, resp. strednodobé liečebné a rekondičné pobyty. Hlavné produktové témy propagácie pre uvedený segment sú: [Zdravotný cestovný ruch](#), [Wellness](#).

Návštevník zameraný na poznávanie – účastník cestovného ruchu zaradený do tohto segmentu vyhľadáva aktivity spojené s poznávaním a návštevou kultúrno-historických pamiatok, pamätných miest, UNESCO pamiatok, ako aj centier spojených s prezentáciou kultúry a histórie národa (múzea, galérie, divadla, hrady, zámky, kaštiele a pod.). Keďže jeho cieľom je spoznať a zažiť čo najviac, uprednostňuje skôr poznávacie a putovné dovolenkové ponuky. Hlavné produktové témy propagácie pre uvedený segment sú: [Kultúrne dedičstvo](#), [Mestá a kultúra](#), [Zážitková gastronómia](#).

Návštevník vyhľadávajúci zábavu – pre tento cieľový segment sú charakteristické krátkodobé pobyty situované do väčších miest, tzv. „city-breaks“, a centier organizovania rozmanitých kultúrno-spoločenských a športových podujatí. Účastník cestovného ruchu z tohto segmentu počas svojho pobytu vyhľadáva aktivity spojené so zábavou, gastronómiou, návštevou nákupných a zábavných centier, účasťou na folklórnych a moderných festivaloch a pod. Hlavné produktové témy propagácie pre uvedený segment sú: [Mestá a kultúra](#), [Spoločenské podujatia](#), [Zážitková gastronómia](#).

Návštevník vyhľadávajúci obchod a vzdelávanie – do tejto skupiny cieľového segmentu patria organizácie, asociácie a firmy, ktoré pravidelne organizujú kongresové podujatia – kongresy, konferencie, semináre, študijné a vzdelávacie kurzy, t. j. záujemcovia o kongresový a incentívny cestovný ruch, tzv. „MICE tourism“. Zároveň sem patria aj návštevníci, ktorých pobyt je spojený

s nadväzovaním nových, resp. udržiavaním existujúcich obchodných kontaktov a vyznačuje sa iba krátkodobým pobytom. Hlavné produktové témy propagácie pre uvedený segment sú: **MICE** v kombinácii s ďalšími produktovými líniami podľa profesionálneho zamerania konkrétnej cieľovej skupiny.

Cieľové trhy 2019 a 2020

SLOVENSKO

Slovensko má priaznivé predpoklady, aby sa pre Slovákov stalo TOP Destináciou a k tomu by mali smerovať všetky podporné aktivity. Z pohľadu trhovej situácie je na strane primárnej a sekundárnej ponuky vysoká koncentrácia rôznorodých atraktivít cestovného ruchu. Po významnom zvýšení investícií do ubytovacích zariadení a investične náročných atraktivít (aquaparky, lyžiarske strediská a pod.) sa kvalita týchto produktov viditeľne zvýšila a Slovensko v súčasnosti disponuje dostatočnou kapacitou aj pre ekonomicky stabilizovanú cieľovú skupinu (hotely 4* - 5*, kultúra, biznis aktivity, vybrané športové aktivity, wellness, golf a i.). Postupne dochádza k dobudovávaniu komplexného produktu v jednotlivých destináciách, vytváraní resp. neustálemu skvalitňovaniu doplnkových služieb, ako aj zlepšovaniu úrovne infraštruktúry (predovšetkým dopravnej) zo strany verejnej správy (štát-VÚC-obec). Práve prostredníctvom ponuky pre domáci trh môžu KOOCR a OOCR overovať úspešnosť uvedenia regionálnych produktov na celý vnútorný trh cestovného ruchu, pričom toto testovanie sa týka aj úrovne kvality produktov konkrétnych poskytovateľov služieb cestovného ruchu.

Na strane dopytu domáci trh cestovného ruchu ovplyvňuje predovšetkým životná úroveň obyvateľstva a zmeny v spotrebiteľskom správaní. Súčasný vývoj a prieskumy poukazujú na to, že spotrebiteľské návyky domáceho obyvateľstva korešponujú s aktuálnymi trendmi v cestovnom ruchu, kedy účasť na cestovnom ruchu predstavuje dôležitú súčasť moderného životného štýlu a rozhodovanie spotrebiteľov sa čoraz viac sa riadi prístupom „Najprv vášeň, potom destinácia“.

Vo všeobecnosti môžeme konštatovať, že DCR je prirodzený akcelerátor rastu príjazdového cestovného ruchu. Prostredníctvom ponuky pre domáci trh je možné pravidelne overovať úspešnosť a konkurencieschopnosť tak existujúcich, ako aj nových produktov cestovného ruchu na trhu. Účasť domáceho obyvateľstva na cestovnom ruchu v krajine pozitívne vplýva aj na zvyšovanie kvality ponuky konkrétnych poskytovateľov služieb cestovného ruchu.

Domáci cestovný ruch je zároveň významným prvkom pôsobiacim na zmiernenie sezónnych výkyvov v návštevnosti jednotlivých regiónov. Okrem vyššie uvedených dôvodov sa pozitívny prínos DCR prejavuje aj prostredníctvom zvyšovania priamej spotreby nielen v cestovnom ruchu, ale aj v nadväzujúcich odvetviach (Slováci „nevyvážajú“ svoje prostriedky do zahraničia, ale ich spotrebúvajú na Slovensku, čím podporujú príjmy podnikateľského sektora, regiónu aj štátu). U detí a mládeže sa zvyšuje ich vedomostná a kultúrna úroveň, ako aj zdravotná či športová zdatnosť a zároveň sa u nich pestujú návyky k budúcej účasti na cestovnom ruchu.

V prípade neočakávaných krízových situácií (hospodárska kríza, bezpečnostné hrozby a pod.), dokáže silná a stabilná účasť na DCR zmierniť výkyvy v návštevnosti krajiny a tým značne eliminovať negatívne ekonomické dopady na národné hospodárstvo spôsobené výpadkami príjmov z príjazdového CR.

ZAHRANIČNÉ CIEĽOVÉ TRHY

Na základe dlhodobého vývoja štatistických ukazovateľov návštevnosti Slovenska zahraničnými účastníkmi cestovného ruchu, geografickej polohy krajiny a pri zohľadnení historických a spoločensko-demografických väzieb sú rozdelené zdrojové trhy cestovného ruchu Slovenska do dvoch základných skupín:

Primárne trhy - do tejto skupiny prioritných zdrojových trhov patria hlavne geograficky najbližšie krajiny s dobrou a jednoduchou dopravnou dostupnosťou, resp. historickými a spoločenskými väzbami z minulosti. Patria sem:

- TOP zdrojové krajiny:

Česká republika, Poľsko, Nemecko

- susedné krajiny:

Maďarsko, Rakúsko, Ukrajina

- krajiny s vysokým trhovým potenciálom:

Ruská federácia, Taliansko, Spojené kráľovstvo

Sekundárne trhy - v tejto skupine sú zaradené geograficky vzdialenejšie štáty z hľadiska Slovenska s relatívne problematickým dopravným spojením, ale vyznačujúce sa takým trhovým potenciálom, ktorý je pri správnej kombinácii ponúkaného produktu a komunikačných techník využiteľný z pohľadu progresívneho rastu príjazdov a pobytov na Slovensku. Patria sem:

- krajiny s významným potenciálom:

Benelux, Izrael, škandinávské krajiny, pobaltské krajiny, Španielsko

- vzdialené krajiny s vysokým trhovým potenciálom:

Čína, USA, Južná Kórea, India, Japonsko a Brazília

Spolupráca na daných trhoch sa bude realizovať okrem aktivít, ktoré sú konkrétne rozpísané v ďalších častiach a na ktorých sa podieľajú zamestnanci SCR priamo,

aj prostredníctvom synergických efektov, ktoré je možné vytvoriť spolupracou s ďalšími už vzniknutými štruktúrami, ktoré spadajú do iných rezortov, konkrétne:

MZVaEZ SR:

- slovenské inštitúty a ich podujatia a aktivity - (Budapešť, Praha, Viedeň, Varšava, Moskva, Berlín, Rím a Paríž)

- zahraničné úrady (veľvyslanectvá a generálne konzuláty) – (Česká republika, Poľsko, Nemecko, Maďarsko, Rakúsko, Ukrajina, Ruská federácia, Taliansko, Spojené kráľovstvo, štáty Beneluxu, Izrael, škandinávské krajiny, pobaltské krajiny, Španielsko, Čína, USA, Južná Kórea, India, Japonsko a Brazília)

- honorárne konzuláty - (Česká republika, Poľsko, Nemecko, Maďarsko, Rakúsko, Ukrajina, Ruská federácia, Taliansko, Spojené kráľovstvo, štáty Beneluxu, Izrael, škandinávské krajiny, pobaltské krajiny, Španielsko, Čína, USA, Južná Kórea, India, Japonsko a Brazília)

MPRV SR, MK SR, MH SR, MZ SR, štruktúry, ktoré združujú podnikateľské subjekty, a pod.

Marketingový strategický koncept CR Slovenska na roky 2019 – 2020

Vzhľadom na aktuálny vývoj na medzinárodnom trhu cestovného ruchu, súčasné klimatické zmeny, vývoj svetovej ekonomiky, rozvoj nových technológií, globálne zmeny v spoločensko-politickom živote, nové trendy v CR a marketingovej komunikácii, ktoré zásadným spôsobom ovplyvňujú správanie sa spotrebiteľov v cestovnom ruchu a intenzívne menia dopyt po účasti na CR, je potrebné operatívne reagovať na vzniknutú situáciu a optimalizovať strategické smerovanie štátneho marketingu a propagácie cestovného ruchu Slovenska, ako cieľovej dovolenkovej destinácie pre najbližšie obdobie rokov 2019 až 2020.

Pre dosiahnutie strategických cieľov v súlade s platnou Marketingovou stratégiou CR Slovenska na roky 2014 – 2020 je nevyhnutné aktualizovať najmä koncepcnú úpravu komunikačnej stratégie marketingových aktivít súvisiacich s činnosťou Sekcie cestovného ruchu Ministerstva dopravy a výstavby Slovenskej republiky ako nástupcu národnej marketingovej organizácie cestovného ruchu (SACR).

Aktualizovaný návrh konceptu marketingovej stratégie na obdobie rokov 2019 – 2020 vychádza z dosiahnutých výsledkov pôvodne definovanej krátkodobej a dlhodobej stratégie a aktuálneho vývoja.

Na základe analýzy dosiahnutých výsledkov je možné konštatovať, že nie všetky úlohy a ciele stanovené v Marketingovej stratégii na roky 2014 – 2020 sú realizované a naplnené. Z hľadiska krátkodobej stratégie sa na jednej strane podarilo dosiahnuť stabilizované, v rokoch 2015 a 2016 aj výraznejšie zvýšenie tempa rastu návštevníkov Slovenska zo susedných štátov (najmä z Českej republiky, Maďarska, Poľska a Rakúska), ale na strane druhej je potrebné brať do úvahy, že od roku 2017 dochádza k postupnej stagnácii tempa rastu z týchto zdrojových trhov. Okrem toho sa nepodarilo dosiahnuť očakávané dynamickejšie zvyšovanie počtu návštevníkov z krajín s vysokým trhovým potenciálom (Nemecko, Ruská federácia, Spojené kráľovstvo), dôsledkom čoho dochádza k spomaľovaniu tempa rastu celkovej návštevnosti Slovenska.

V nadväznosti na čiastočné naplnenie vytýčených cieľov v rámci krátkodobej stratégie marketingového konceptu cestovného ruchu Slovenska podľa platnej marketingovej stratégie a s akcentom na súčasnú situáciu na medzinárodnom trhu CR je potrebné orientovať aktivity komunikačnej stratégie prezentácie Slovenska ako cieľovej dovolenkovej destinácie výraznejšie najmä na **primárne zdrojové trhy príjazdového CR, to znamená susedné štáty a krajiny s vysokým trhovým potenciálom pre príjazdový CR Slovenska**. Všeobecným cieľom intenzívnejšieho pôsobenia na týchto trhoch je trvalo udržateľný vývoj, výkonov návštevnosti, resp. progresívne zvyšovanie počtu hostí, stabilizácia vývoja počtu prenocovaní s predĺžovaním dĺžky pobytu, vyrovnanie sezónnych rozdielov, rovnomernejšie regionálne rozptýlenie návštevnosti a zvyšovanie spotrebných výdavkov návštevníkov počas ich pobytu na Slovensku.

Z pohľadu vysielajúcich krajín **Českej republiky, Rakúska a Spojeného kráľovstva**, kde sa podarilo v rámci príjazdového cestovného ruchu Slovenska naplniť cieľ zvýšenia objemu návštevnosti, bude v ďalšom období prioritou udržať tempo rastu a priblížiť sa počtom hostí konkurencii (2017: Českí hostia na Slovensku 645 195, v Rakúsku 866 153, Rakúski hostia na Slovensku 96 777, v ČR 291 126 a v Maďarsku 328 928, hostia zo Spojeného kráľovstva na Slovensku 79 797, v ČR 470 106, v Maďarsku 384 198 a v Rakúsku 941 512).

V rámci primárnych zdrojových trhov **Ukrajiny, Ruskej federácie a Talianska**, kde sa podarilo počas sledovaného obdobia dosiahnuť maximálne objemy návštevnosti, ale následne sa tento trend nepodarilo udržať a došlo k prepadu návštevnosti, bude cieľom dosiahnuť znovu tieto výkony, zabezpečiť ich trvalo udržateľný rozvoj a priblížiť sa konkurencii (2017: Ukrajinskí hostia na Slovensku 53 024, v ČR 147 570, v Maďarsku 128 368 a v Rakúsku 116 885, Ruskí hostia na Slovensku 43 811, v ČR 548 318, v Maďarsku 170 455 a v Rakúsku 338 130, Talianski hostia na Slovensku 59 775, v ČR 389 578, v Maďarsku 259 449 a v Rakúsku 1,1 mil.)

Pri zdrojových trhoch ako je **Poľsko, Nemecko a Maďarsko**, kde sa v priebehu sledovaného obdobia nepodarilo dosiahnuť opätovné objemy návštevnosti z minulosti, je potrebné vzhľadom na ich kľúčový charakter vyvinúť maximálne úsilie na zvýšenie tempa rastu návštevnosti v rámci týchto vysielajúcich krajín, dosiahnutie požadovaných objemov, udržanie výkonnosti a priblíženie sa konkurencii (2017: Poľskí hostia na Slovensku 209 524, v ČR 575 643, v Maďarsku 287 488 a v Rakúsku 502 113, Nemeckí hostia na Slovensku 192 328, v ČR 1,9 mil., v Maďarsku 600 661 a v Rakúsku 13,4 mil., Maďarskí hostia na Slovensku 101 406, v ČR 164 513 a v Rakúsku 565 659).

V krátkodobej stratégii na roky 2014 – 2016 bola tiež definovaná úloha zameraná na realizáciu takých marketingových aktivít, ktoré budú viesť k pozitívnej motivácii domáceho obyvateľstva k účasti na **DCR**. Tento cieľ bol čiastočne naplnený, nakoľko v období rokov 2014 – 2017 došlo, podľa výkonov štatistiky návštevnosti ubytovacích zariadení CR, k viac ako 40% nárastu rezidentov na domácom cestovnom ruchu, ale nepodarilo sa potlačiť výkyvy v sezónnosti a regionálnom rozptýlení ich návštevnosti.

V dôsledku tohto vývoja je potrebné naďalej orientovať aktivity komunikačnej stratégie aj na podporu účasti domáceho cestovného ruchu, ktorá by sa mala stať celospoločenskou

záležitosťou a prioritou príslušných organizácií štátneho, verejného a súkromného sektora, ktoré by pre túto podporu mali využiť všetky administratívne, legislatívne, ekonomické a marketingové nástroje. Cieľom je vyvolať záujem a motivovať rezidentov k tráveniu dovolenky na Slovensku, čo má viesť k zvyšovaniu ekonomických a spoločenských prínosov z DCR (vyššie využívanie zariadení CR, predĺžovanie pobytu, lepšie využívanie zariadení v mimosezónne), ale aj posilneniu značky Slovensko u domáceho obyvateľstva.

V rámci legislatívnej podpory rozvoja DCR plánuje SCR MDV SR implementovanie dlhodobého plánovaného projektu „Rekreačných poukážok“ pre domáce ekonomicky aktívne obyvateľstvo, ktorý bude podporený následnou informačnou kampaňou. Cieľom tohto opatrenia je rast domáceho dopytu, resp. udržateľné zvyšovanie záujmu obyvateľov Slovenska tráviť dovolenku na Slovensku a nie v zahraničí.

Z pohľadu marketingu a propagácie budú aktivity SCR MDV SR zamerané na stálu informačno-marketingovú kampaň na podporu DCR: „Dovolenka na Slovensku – Dobrý nápad“, ktorá sa v rámci jednotlivých rokov bude odlišovať tematickým zameraním.

Marketingová komunikácia na podporu DCR bude koncepčne pripravená tak, aby vzbudila záujem o trávenie dovolenky práve v rodnej krajine. Slovensko, rozlohou relatívne malá krajina, má bohatú ponuku pre všetky cieľové skupiny, v sezóne aj mimosezónne a v rôznorodých klimatických podmienkach. Zastrešujúce aktivity integrovanej marketingovej komunikácie sa budú realizovať s **orientáciou na mimosezónne obdobia a celoplošne s využitím jednotlivých, najmä moderných, nástrojov marketingovej komunikácie, so silným akcentom na hlavný motív zameraný na konkrétny produkt, sezónu či cieľovú skupinu.** Z hľadiska zloženia nástrojov komunikačného mixu je, s ohľadom na súčasné trendy v preferenciách spotrebiteľského správania, potrebné využiť predovšetkým prednosti inbound, WoM, marketingu, natívnej reklamy a sociálnych médií.

Ďalšou koncepčnou úlohou definovanou v krátkodobej stratégii na roky 2014 – 2016 bolo administratívne a finančné zabezpečenie zriadenia zahraničného zastúpenia na **Ukrajine (Kyjev) a podpory činnosť existujúceho zahraničného zastúpenia v Berlíne, uzavretím kontraktu so zmluvným zástupcom v Nemecku (Stuttgart/Mníchov).** Tieto kroky sa nepodarilo naplniť tak z dôvodu vzniknutej geopolitickej situácie na Ukrajine (vojnový konflikt, nestabilná bezpečnostná a hospodárska situácia), ako aj z dôvodu nedostatočných finančných zdrojov vyčlenených z prostriedkov štátneho rozpočtu na prevádzkovú činnosť SACR, resp. Sekcie cestovného ruchu Ministerstva dopravy a výstavby Slovenskej republiky na roky 2014 - 2017.

Z úloh dlhodobého strategického konceptu, ktorý by mal byť realizovaný v súlade s pôvodnými zámermi Marketingovej stratégie na roky 2014 – 2020 v najbližšom období rokov 2019 - 2020 je dôležité uviesť rozvojový zámer o postupné posilnenie postavenia Slovenska aj na geograficky vzdialenejších trhoch s významným, resp. vysokým trhovým potenciálom pre cestovný ruch (Čína, USA, Benelux, Izrael, škandinávské a pobaltské krajiny, Španielsko, Južná Kórea, India, Brazília a Japonsko) a v prípade progresívneho prístupu k financovaniu činnosti SCR MDV SR v rokoch 2019

– 2020 aj snahu o otvorenie zmluvných zahraničných zastúpení v UK, Číne, USA, Izraeli a Indii, resp. o personálne posilnenie existujúcich ZZ CR v Ruskej federácii, Nemecku a Poľsku. V nadväznosti na aktuálnu situáciu zostávajú tieto úlohy v rovine sekundárnej priority plnenia strategických cieľov príjazdového CR Slovenska. Marketingové aktivity na uvedených trhoch budú naďalej realizované v spolupráci s NTO krajín V4 prípadne ZU SR v daných krajinách.

V zmysle čo najefektívnejšej prezentácie a propagácie možností a atraktivít CR Slovenska doma a v zahraničí je, okrem rozvojových plánov v oblasti produktového, teritoriálneho a segmentového zamerania marketingových aktivít, technického, technologického a personálneho posilnenia činnosti na zahraničných trhoch, dôležité zohľadniť a aplikovať aj poznatky nových trendov v sektore cestovného ruchu i oblasti marketingu a propagácie. Podľa dostupných štúdií medzinárodných organizácií a záverov realizovaných prieskumov zameraných na zmeny v spotrebiteľskom správaní účastníkov cestovného ruchu je možné v najbližších rokoch očakávať najmä nárast **tematického cestovania (napr. ecotourism, zdravý životný štýl a wellness, foodtourism, dobrodružné cestovanie), intenzívnejšie využívanie smart technológií pri plánovaní ciest, zásadnejšiu integráciu virtuálnej reality do marketingu a propagácie, rast dôležitosti personalizácie poskytovaných informácií a väčšiu orientáciu podnikateľských subjektov na ekonomiku spoločného využívania (Airbnb).**

V nadväznosti na súčasný stav a uvedené informácie bude potrebné v rámci činnosti Sekcie cestovného ruchu Ministerstva dopravy a výstavby SR v najbližších dvoch rokoch realizovať systémové opatrenia a uskutočňovať aktivity zamerané najmä na:

- vypracovanie kreatívneho konceptu (vizuálny štýl s obsahovou náplňou), ktorý bude mať jasne sformulovaný a rozpoznateľný odkaz (orientovaný na konkrétny produkt, tému, obdobie, cieľový segment a zdrojový trh),
- integrovanú marketingovú komunikáciu, ktorá bude v rámci koordinácie a integrácie jednotlivých marketingových nástrojov prioritne zameraná na využívanie moderných zložiek komunikačného mixu s výrazným akcentom na digitálny marketing, inbound marketing, obsahový a kooperatívny marketing,
- spoluprácu s DMO pri zabezpečení trvalo udržateľného vývoja návštevnosti rezidentov s orientáciou na zvýšenie návštevnosti v mimosezónnych obdobiach a jej geografické rozptýlenie aj do menej navštevovaných oblastí a regiónov,
- zlepšenie odbornej komunikácie s organizáciami cestovného ruchu na Slovensku (OOCR, KOOCR) pri definovaní trhových a produktových priorít jednotlivých regiónov s cieľom spracovania jasne určenej a cielene špecifikovanej ponuky cestovného ruchu pre jednotlivé zdrojové trhy v súlade s hlavnými globálnymi trendami prihliadajúc na špecifiká potenciálu Slovenska. Výsledkom systematickej spolupráce bude tvorba reálnej a spotrebiteľom akceptovanej ponuky určenej tak pre tradičné, ako aj „nové“ zdrojové trhy Slovenska,

- intenzívne pôsobenie štátneho marketingu a strategickú orientáciou marketingovej komunikácie na zabezpečenie udržateľnosti tempa rastu návštevníkov a ich prenocovaní z primárnych zdrojových trhov Slovenska,
- výraznejšiu orientáciu na Nemecko ako významný zdrojový trh s dôležitým potenciálom pre príjazdový cestovný ruch Slovenska,
- vypracovanie taktických (operatívnych) plánov, ktorých cieľom bude príprava ponuky cestovného ruchu Slovenska a implementácia jej propagácie na Izraelský trh (lepšia komunikácia s izraelskými TO, podpora leteckého spojenia prostredníctvom pravidelnej linky, resp. chartrovej dopravy) po roku 2020,
- vypracovaním taktických (operatívnych) plánov, ktorých cieľom bude príprava ponuky cestovného ruchu Slovenska a implementácia jej propagácie na Škandinávsky trh (komplexná príprava ponuky, podpora leteckého spojenia prostredníctvom pravidelnej linky, resp. chartrovej dopravy) po roku 2020,
- vypracovaním taktických (operatívnych) plánov, ktorých cieľom bude príprava ponuky cestovného ruchu Slovenska a implementácia jej propagácie na Čínsky trh (komplexná príprava ponuky, budovanie jazykovej pripravenosti, podpora zlepšenia leteckého spojenia prostredníctvom pravidelnej linky, resp. chartrovej dopravy) po roku 2020.

Komunikačná stratégia na roky 2019 - 2020

V nadväznosti na stanovené ciele a potrebu prispôsobenia sa moderným trendom v marketingovej komunikácii je nevyhnutné zabezpečiť koncepčnú aktualizáciu prezentácie možností a atraktivít cestovného ruchu Slovenska na obdobie nasledujúcich dvoch rokov 2019 – 2020 úpravou komunikačných stratégií pre jednotlivé zdrojové trhy.

Charakter marketingovej komunikácie bude prednostne zameraný na:

- kvalitný obsah (výstižný, zaujímavý, užitočný s pridanou hodnotou pre užívateľa, tvorený in house alebo iniciovaný externý s dlhodobou hodnotou),
- prístup od masovej reklamy k špecifickému cieľovému publiku,
- presne cieleňú komunikáciu so zameraním na interaktivitu,
- budovanie vzťahov a networking
- prístup od všeobecne zameranej reklamy k marketingu založenému na dátach,
- zmysluplne definovaných kľúčových ukazovateľoch výkonnosti (KPI)

- SMART, DIGITAL, INBOUND, CONTENT, SoMe, WoM marketing a pod.



Prioritou realizácie úpravy jednotlivých komunikačných stratégií je maximalizácia efektívnosti a hospodárnosti s výrazným zreteľom na implementáciu presne cielenej propagácie cestovného ruchu Slovenska pri využití integrovanej marketingovej komunikácie. Podľa jednotlivých špecifikácií zdrojových trhov je nevyhnutné zamerať marketingové aktivity na využívanie moderných zložiek komunikačného mixu s výrazným akcentom na digitálny, inbound či obsahový marketing, ktoré budú podrobne zadefinované v jednotlivých marketingových či operatívnych plánoch podľa špecifikácie zdrojových trhov.

V súlade s koncepciou koordinovanej prezentácie značky Slovenska v zahraničí, existujúcim logom a sloganom a navrhnutými komunikačnými stratégiami je potrebné vypracovať kreatívny koncept - vizuálny štýl s obsahovou náplňou, ktorý sformuluje jasný a rozpoznateľný odkaz orientovaný na konkrétny produkt, tému, obdobie či cieľový segment.

Pri realizácii kreatívneho konceptu bude komunikácia orientovaná na príbehy, populárne osobnosti, ambasádorov značky a zážitky s využitím významných podujatí a výročí v súlade s moderným spotrebiteľským prístupom „Najprv vášeň, potom destinácia“. To znamená, že zámerom je pôsobiť na cieľové skupiny najmä cez emocionálnu rovinu, pričom na základe výsledkov analýz spotrebiteľských preferencií musí kreatívny koncept dokázať užívateľa obsahovo zaujať, šokovať, inšpirovať a nalákať. Musí byť pre neho užitočný, priniesť mu benefit a doviest' ho k akcii.

Efektívne uplatnenie kreatívneho konceptu prostredníctvom komunikačných stratégií na jednotlivých zdrojových trhoch Slovenska si vyžaduje rozdielne uplatnenie marketingových techník a taktiku ich použitia pre B2B a B2C segmenty. Z tohto dôvodu je nevyhnutné uplatnenie integrovanej marketingovej komunikácie s citlivou kombináciou použitia jednotlivých prvkov inbound a outbound marketingu. Vzhľadom na to obsahujú jednotlivé komunikačné stratégie návrhy tak štandardných, ako aj moderných foriem marketingovo-komunikačných nástrojov (infocesty, fam a press-tripy, tlač propagačných materiálov vychádzajúcich z edičného plánu, digitálny marketing – online, mobil a SoMe marketing, reklamné kampane, mediálna kampane,

kooperatívny marketing atď.) a distribučných kanálov (veľtrhy a výstavy CR, workshopy a prezentácie, internet), ktorých rozsah použitia a finálna kombinácia bude súčasťou plánu marketingových aktivít pre jednotlivé roky a konkrétne zdrojové trhy.

KOMUNIKAČNÉ NÁSTROJE A DISTRIBUTIČNÉ KANÁLY PRE ROKY 2019 – 2020

Segment B2B:

- E-learningové kurzy o destinácii (napr. Online Travel Training Global, eLearning4Tourism)
- Incomingové workshpy s medzinárodnými nákupcami (napr. Travel Trade Day)
- Prezentáčné roadshow pre touroperátor a cestovné kancelárie
- Fam-tripy pre touroperátorov a cestovné kancelárie
- Direct marketing
- B2B veľtrhy a výstavy
- Prezentácie
- Event marketing



Segment B2C:

- *SMART komunikácia* (užívateľsky orientovaný a produktovo zameraný národný turistický systém Trip.slovakia.travel)
- *Sociálne siete* (Facebook-Global Pages, Inatsgram, Pinterest, YouTube /Youku/Tudou/iQiyi, Twitter, QQ, Sina Weibo,)
- *On-line komunikácia* (Web Slovakia.travel, cestovateľské a rezervačné portály, portály on-line TO a CK)
- *Natívna reklama* (propagácia prostredníctvom viacerých foriem - „In-feed ad“, „Recommendation widgets“, Display reklama)
- *Poznávacie cesty* pre novinárov, influencerov (zameranie na microinfluencerov), blogerov a vlogerov
- *Prezentácie pre širokú verejnosť* (roadshow, nákupné centrá, významné podujatia) s použitím moderných foriem smart prezentácie (napr. virtuálna realita s 360° videami, fotobox,...)
- *OOH reklama* (najmä citylighty)
- *B2C veľtrhy a výstavy* (v susedných štátoch zvýšená účasť ZZ na regionálnych VaV v prihraničných regiónoch)

Komunikačné nástroje a distribučné kanály budú uplatňované tak, aby bolo využité ich synergické pôsobenie.

Komunikačná stratégia na roky 2019 – 2020 v rámci jednotlivých trhov

Domáci cestovný ruch

Slovensko	2019	2020
<i>Komunikačná téma</i>	Zážitok	Zábava
<i>Produktová línia</i>	Zážitková gastronómia Hory a turistika	Krásy vidieka a relax v prírode Zimné športy, zábava v zime
<i>Segmenty</i>	Návštevník vyhľadávajúci zábavu Aktívny návštevník	Aktívny návštevník
<i>Hlavné motívy</i>	zážitok, zábava, gastronómia zdravý životný štýl, rekreačný šport, MS v hokeji	príroda, cykloturistika, ekoturistika, aktívny odpočinok, akcia, podujatia
<i>Komunikačný mix - B2B</i>	-	-
<i>Komunikačný mix - B2C</i>	smart komunikácia, on-line, natívna reklama, sociálne siete (FB, IG), pravidelná TV relácia, súťaže	smart komunikácia, natívna reklama, sociálne siete (FB, IG), pravidelná TV relácia, súťaže, prezentácie

Marketingový plánovaný rozpočet na daný trh na rok 2019

	Podujatia	Dátum
Veľtrh	ITF Slovakiatour	24.-27.1.2019
Online komunikácia	Web, FB, IG,	1.1. – 31.12.2019

Marketingový plánovaný rozpočet na daný trh na rok 2020

	Podujatia	Dátum
Veľtrh	ITF Slovakiatour	Január 2020
Online komunikácia	Web, FB, IG,	1.1.– 31.12.2020

Česká republika	2019	2020
<i>Komunikačná téma</i>	Akcia	Zábava
<i>Produktová línia</i>	Spoločenské podujatia Hory a turistika	Mestá a kultúra Zábava v zime
<i>Segmenty</i>	Návštevník vyhľadávajúci zábavu Aktívny návštevník	Návštevník vyhľadávajúci zábavu Aktívny návštevník
<i>Hlavné motívy</i>	festivally, púte, vinobrania, vianočné trhy, príroda, turistika, cykloturistika, MS v hokeji	kultúrno-spoločenské podujatia, city breaks, aguaparky, relax, adrenalín, vianočné trhy
<i>Komunikačný mix - B2B</i>	prezentačná roadshow, fam-tripy, direct marketing	prezentačná roadshow, fam-tripy, direct marketing
<i>Komunikačný mix - B2C</i>	smart komunikácia, FB – global pages, IG, on-line, natívna reklama, regionálne výstavy B2C, súťaže, press-tripy, prezentácie, TV, outdoor	smart komunikácia, FB – global pages, IG, on-line, natívna reklama, regionálne výstavy B2C, súťaže, press-tripy, prezentácie, TV, outdoor

Marketingový plánovaný rozpočet na daný trh na rok 2019

	Podujatia	Dátum
Veľtrh	Holiday WORLD	21.-24.2.2019
Online komunikácia	Web, FB, IG,	1.1.– 31.12.2019

Marketingový plánovaný rozpočet na daný trh na rok 2020

	Podujatia	Dátum
Veľtrh	Holiday WORLD	Február 2020
Online komunikácia	Web, FB, IG,	1.1.– 31.12.2020

Poľsko	2019	2020
<i>Komunikačná téma</i>	Relax	Zábava
<i>Produktová línia</i>	Mestá a kultúra Zábava v zime	Spoločenské podujatia Voda a zábava
<i>Segментy</i>	Návštevník zameraný na poznávanie Aktívny návštevník	Návštevník vyhľadávajúci zábavu Aktívny návštevník
<i>Hlavné motívy</i>	pamiatky, pútne miesta, podujatia aquaparky, zábava, relax, lyžovačka,	festivity, púte, vinobrania, vianočné trhy príroda, wellness, aquaparky, turistika, cykloturistika, adrenalín a aktívny odpočinok
<i>Komunikačný mix - B2B</i>	prezentačná roadshow, fam-tripy, e-learningové kurzy o destinácii, direct marketing	prezentačná roadshow, fam-tripy, e-learningové kurzy o destinácii, direct marketing
<i>Komunikačný mix - B2C</i>	smart komunikácia, FB – global pages, IG, on-line, natívna reklama, regionálne výstavy B2C, press-tripy, prezentácie, outdoor	smart komunikácia, FB – global pages, IG, on-line, natívna reklama, regionálne výstavy B2C, súťaže, press-tripy, prezentácie, outdoor

Marketingový plánovaný rozpočet na daný trh na rok 2019

	Podujatia	Dátum
Veľtrh	TT VARŠAVA	Nov 2019
Online komunikácia	Web, FB, IG,	1.1.– 31.12.2019

Marketingový plánovaný rozpočet na daný trh na rok 2020

	Podujatia	Dátum
Veľtrh	TT VARŠAVA	Nov 2020
Online komunikácia	Web, FB, IG,	1.1.– 31.12.2020

Maďarsko	2019	2020
<i>Komunikačná téma</i>	Zážitok	Akcia
<i>Produktová línia</i>	Mestá a kultúra Hory a turistika	Spoločenské podujatia Zimné športy
<i>Segmenty</i>	Návštevník zameraný na poznávanie Aktívny návštevník	Aktívny návštevník Návštevník vyhľadávajúci zábavu
<i>Hlavné motívy</i>	príroda, turistika, cykloturistika, aktívny odpočinok, spoločná história, kultúrno-spoločenské podujatia	podujatia a gastrofestivaly lyžovačka, zábava, aktívny odpočinok, príroda
<i>Komunikačný mix - B2B</i>	prezentačná roadshow, fam-tripy pre TO a CK, direct marketing	prezentačná roadshow, fam-tripy pre TO a CK, direct marketing
<i>Komunikačný mix - B2C</i>	smart komunikácia, FB – global pages, on- line, natívna reklama, regionálne výstavy B2C, press-tripy, prezentácie, TV, outdoor	smart komunikácia, FB – global pages, on- line, natívna reklama, regionálne výstavy B2C, súťaže, press-tripy, prezentácie, TV, outdoor

Marketingový plánovaný rozpočet na daný trh na rok 2019

	Podujatia	Dátum
Veľtrh	UTAZAŠ	21.-24.2.2019
Online komunikácia	Web, FB, IG,	1.1.– 31.12.2019

Marketingový plánovaný rozpočet na daný trh na rok 2020

	Podujatia	Dátum
Veľtrh	UTAZAŠ	Február 2020
Online komunikácia	Web, FB, IG,	1.1.– 31.12.2020

Rakúsko	2019	2020
<i>Komunikačná téma</i>	Relax	Zážitok
<i>Produktová línia</i>	Zdravie, Wellness Zážitková gastronómia	Mestá a kultúra Spoločenské podujatia
<i>Segmenty</i>	Pasívny návštevník Návštevník zameraný na poznávanie	Návštevník zameraný na poznávanie Návštevník vyhľadávajúci zábavu
<i>Hlavné motívy</i>	zdravie, relax, regenerácia, kúpele, wellness, beauty, medical tourism regionálne špeciality, vínné cesty MS v hokeji	zážitok, zábava, poznávanie, city breaky, kultúrno-spoločenské podujatia, gastrofestivaly, vinobrania, vianočné trhy
<i>Komunikačný mix - B2B</i>	prezentačná roadshow, fam-tripy, e-learningové kurzy o destinácii, direct marketing	prezentačná roadshow, fam-tripy, e-learningové kurzy o destinácii, direct marketing
<i>Komunikačný mix - B2C</i>	smart komunikácia, FB – global pages, on-line, natívna reklama, regionálne výstavy B2C, súťaže, press-tripy, prezentácie, outdoor	smart komunikácia, FB – global pages, on-line, natívna reklama, regionálne výstavy B2C, súťaže, press-tripy, prezentácie, outdoor

Marketingový plánovaný rozpočet na daný trh na rok 2019

	Podujatia	Dátum
Veľtrh	Ferien Messe	10. -13.1.2019
Online komunikácia	Web, FB, IG,	1.1.– 31.12.2019

Marketingový plánovaný rozpočet na daný trh na rok 2020

	Podujatia	Dátum
Veľtrh	Ferien Messe	Január 2020
Online komunikácia	Web, FB, IG,	1.1.– 31.12.2020

Ruská federácia	2019	2020
<i>Komunikačná téma</i>	Zábava	Relax
<i>Produktová línia</i>	Mestá a kultúra Zážitková gastronómia	Zdravie, Wellness Zimné športy, Zábava v zime
<i>Segmenty</i>	Návštevník zameraný na poznávanie Návštevník vyhľadávajúci zábavu	Pasívny návštevník Aktívny návštevník
<i>Hlavné motívy</i>	zábava, poznávanie, city breaky, nakupovanie, vínne cesty, regionálne špeciality Ms v hokeji	zdravie, relax, regenerácia, beauty, zábava, športové aktivity, gastronómia, vinočné trhy,
<i>Komunikačný mix - B2B</i>	e-learningové kurzy o destinácii, incomingové workshpy, B2B veľtrhy a výstavy, direct marketing	e-learningové kurzy o destinácii, incomingové workshpy, B2B veľtrhy a výstavy, direct marketing
<i>Komunikačný mix - B2C</i>	smart komunikácia, FB – global pages, on-line, natívna reklama, press-tripy, B2C veľtrhy	smart komunikácia, FB – global pages, on-line, natívna reklama, press-tripy, B2C veľtrhy

Marketingový plánovaný rozpočet na daný trh na rok 2019

	Podujatia	Dátum
Veľtrh	MITT MOSKVA	12.-14.3.2019
Online komunikácia	Web, FB, IG,	1.1.– 31.12.2019

Marketingový plánovaný rozpočet na daný trh na rok 2020

	Podujatia	Dátum
Veľtrh	MITT MOSKVA	Marec 2020
Online komunikácia	Web, FB, IG,	1.1.– 31.12.2020

Ukrajina	2019	2020
<i>Komunikačná téma</i>	Zážitok	Zábava
<i>Produktová línia</i>	Mestá a kultúra Zážitková gastronómia	Wellness Spoločenské podujatia
<i>Segmenty</i>	Návštevník zameraný na poznávanie Návštevník vyhľadávajúci zábavu	Pasívny návštevník Návštevník vyhľadávajúci zábavu
<i>Hlavné motívy</i>	zážitok, poznávanie, city breaky, pamiatky, regionálne špeciality, gastrofestivaly, vínné cesty	zdravie, relax, regenerácia, beauty festivaly, zábava, vianočné trhy
<i>Komunikačný mix - B2B</i>	prezentačná roadshow, fam-tripy, e-learningové kurzy o destinácii, B2B veľtrhy a výstavy, direct marketing	prezentačná roadshow, fam-tripy, e-learningové kurzy o destinácii, B2B veľtrhy a výstavy, direct marketing
<i>Komunikačný mix - B2C</i>	smart komunikácia, FB – global pages, on-line, natívna reklama, press-tripy	smart komunikácia, FB – global pages, on-line, natívna reklama, press-tripy, súťaže

Marketingový plánovaný rozpočet na daný trh na rok 2019

	Podujatia	Dátum
Veľtrh	UITT Kyjev	27.-29.3.2019
Online komunikácia	Web, FB, IG,	1.1.– 31.12.2019

Marketingový plánovaný rozpočet na daný trh na rok 2020

	Podujatia	Dátum
Veľtrh	UITT Kyjev	Marec 2020
Online komunikácia	Web, FB, IG,	1.1.– 31.12.2020

Nemecko	2019	2020
<i>Komunikačná téma</i>	Poznávanie	Relax
<i>Produktová línia</i>	Mestá a kultúra Kultúrne dedičstvo	Wellness, Zdravie Spoločenské podujatia
<i>Segментy</i>	Návštevník zameraný na poznávanie	Pasívny návštevník Návštevník vyhľadávajúci zábavu
<i>Hlavné motívy</i>	mestá, poznanie, zábava, pamiatky, spoločná história, UNESCO, kultúrno-spoločenské podujatia MS v hokeji	zdravie, relax, regenerácia, kúpele, wellness, beauty, medical tourism festivlay, vianočné trhy
<i>Komunikačný mix - B2B</i>	e-learningové kurzy o destinácii, incomingové workshpy, B2B veľtrhy a výstavy, direct marketing	e-learningové kurzy o destinácii, incomingové workshpy, B2B veľtrhy a výstavy. direct marketing
<i>Komunikačný mix - B2C</i>	smart komunikácia, FB – global pages, on- line, natívna reklama, press-tripy, výstavy B2C	smart komunikácia, FB – global pages, on- line, súťaže, natívna reklama, press-tripy, výstavy B2C

Marketingový plánovaný rozpočet na daný trh na rok 2019

	Podujatia	Dátum
Veľtrh	CMT Stuttgart	12.-20.1.2019
	ITB Berlin	6.- 10.3. 2019
Online komunikácia	Web, FB, IG,	1.1.– 31.12.2019

Marketingový plánovaný rozpočet na daný trh na rok 2020

	Podujatia	Dátum
Veľtrh	CMT Stuttgart	Január 2020
	ITB Berlin	Marec 2020
Online komunikácia	Web, FB, IG,	1.1.– 31.12.2020

Spojené kráľovstvo	2019	2020
<i>Komunikačná téma</i>	Zážitok	Zábava
<i>Produktová línia</i>	Zážitková gastronómia Hory a turistika	Mestá a kultúra Spoločenské podujatia
<i>Segmenty</i>	Návštevník vyhľadávajúci zábavu Aktívny návštevník	Návštevník zameraný na poznávanie Návštevník vyhľadávajúci zábavu
<i>Hlavné motívy</i>	regionálne špeciality, gastrofestivaly, vínne cesty, príroda, turistika, aktívny odpočinok, golf,	mestá, zábava, city breaky, poznávanie, festivaly, podujatia
<i>Komunikačný mix - B2B</i>	e-learningové kurzy o destinácii, incomingové workshpy, B2B veľtrhy a výstavy	e-learningové kurzy o destinácii, incomingové workshpy, B2B veľtrhy a výstavy
<i>Komunikačný mix - B2C</i>	smart komunikácia, FB – global pages, IG, on-line, natívna reklama, press-tripy	smart komunikácia, FB – global pages, IG, on-line, natívna reklama, press-tripy

Marketingový plánovaný rozpočet na daný trh na rok 2019

	Podujatia	Dátum
Veľtrh	WTM London	Nov 2019
Online komunikácia	Web, FB, IG,	1.1.– 31.12.2019

Marketingový plánovaný rozpočet na daný trh na rok 2020

	Podujatia	Dátum
Veľtrh	WTM London	Nov 2020
Online komunikácia	Web, FB, IG,	1.1.– 31.12.2020

Taliansko	2019	2020
<i>Komunikačná téma</i>	Zábava	Poznávanie
<i>Produktová línia</i>	Mestá a kultúra Spoločenské podujatia	Mestá a kultúra MICE
<i>Segmenty</i>	Návštevník zameraný na poznávanie Návštevník vyhľadávajúci zábavu	Návštevník vyhľadávajúci zábavu Návštevník vyhľadávajúci obchod a vzdelanie
<i>Hlavné motívy</i>	mestá, city breaky, zážitok, zábava, podujatia, festivaly	poznávanie, pamiatky, city breaky, gastronómia špeciálne eventové priestory, convention bureau
<i>Komunikačný mix - B2B</i>	e-learningové kurzy o destinácii, incomingsové workshpy, B2B veľtrhy a výstavy	e-learningové kurzy o destinácii, incomingsové workshpy, B2B veľtrhy a výstavy
<i>Komunikačný mix - B2C</i>	smart komunikácia, FB – global pages, on- line, natívna reklama, press-tripy, výstavy B2C	smart komunikácia, FB – global pages, on- line, natívna reklama, press-tripy, výstavy B2C

Marketingový plánovaný rozpočet na daný trh na rok 2019

	Podujatia	Dátum
Veľtrh	BIT	10.-12.2.2019
Online komunikácia	Web, FB, IG,	1.1.– 31.12.2019

Marketingový plánovaný rozpočet na daný trh na rok 2020

	Podujatia	Dátum
Veľtrh	BIT	Február 2020
Online komunikácia	Web, FB, IG,	1.1.– 31.12.2020

Pobaltské štáty, Izrael	2019	2020
<i>Komunikačná téma</i>	Zážitok	Poznávanie
<i>Produktová línia</i>	Zdravie, wellness Hory a turistika	Mestá a kultúra Kultúrne dedičstvo
<i>Segmenty</i>	Pasívny návštevník Aktívny návštevník	Návštevník vyhľadávajúci zábavu Návštevník zameraný na poznávanie
<i>Hlavné motívy</i>	zdravie, relax, regenerácia, beauty, prírodné krásy, turistika MS v hokeji (Lotyšsko)	zážitok, zábava, poznávanie, city breaky, UNESCO
<i>Komunikačný mix - B2B</i>	e-learningové kurzy o destinácii, incomingové workshpy, B2B veľtrhy a výstavy	e-learningové kurzy o destinácii, incomingové workshpy, B2B veľtrhy a výstavy
<i>Komunikačný mix - B2C</i>	smart komunikácia, FB – global pages, on-line, natívna reklama, press-tripy	smart komunikácia, FB – global pages, on-line, natívna reklama, press-tripy

Marketingový plánovaný rozpočet na daný trh na rok 2019

	Podujatia	Dátum
Veľtrh	IMTM	12.-13.2.2019
Online komunikácia	Web, FB, IG,	1.1.– 31.12.2019

Marketingový plánovaný rozpočet na daný trh na rok 2020

	Podujatia	Dátum
Veľtrh	IMTM	Február 2020
Online komunikácia	Web, FB, IG,	1.1.– 31.12.2020

Škandinávia, Benelux	2019	2020
<i>Komunikačná téma</i>	Relax	Zážitok
<i>Produktová línia</i>	Krásy vidieka a relax v prírode Spoločenské podujatia	Zdravie, wellness Hory a turistika
<i>Segmenty</i>	Návštevník zameraný na poznávanie Návštevník vyhľadávajúci zábavu	Pasívny návštevník, Aktívny návštevník
<i>Hlavné motívy</i>	príroda, ekoturistika, cykloturistika, aktívny odpočinok, zábava, festivaly MS v hokeji (Škandinávia)	zdravie, relax, regenerácia, beauty, medical tourism, prírodné krásy, turistika, jaskyne, golf
<i>Komunikačný mix - B2B</i>	e-learningové kurzy o destinácii, incomingové workshpy, B2B veľtrhy a výstavy	e-learningové kurzy o destinácii, incomingové workshpy, B2B veľtrhy a výstavy
<i>Komunikačný mix - B2C</i>	smart komunikácia, FB – global pages, on-line, natívna reklama, press-tripy, B2C veľtrhy	smart komunikácia, FB – global pages, on-line, natívna reklama, press-tripy, B2C veľtrhy

Marketingový plánovaný rozpočet na daný trh na rok 2019

	Podujatia	Dátum
Veľtrh	Vakantiebeurs	11.-13.1.2019
Veľtrh	MATKA	16.- 20.1.2019

Marketingový plánovaný rozpočet na daný trh na rok 2020

	Podujatia	Dátum
Veľtrh	Vakantiebeurs	Január 2020
Veľtrh	Reiseliv	Január 2020

	Čína, India USA, Japonsko	2019	2020
Komunikačná téma		Zábava / Poznávanie	Zábava / Poznávanie
Produktová línia		Mestá a kultúra Kultúrne dedičstvo	Mestá a kultúra Kultúrne dedičstvo
Segmenty		Návštevník vyhľadávajúci zábavu Návštevník zameraný na poznávanie	Návštevník vyhľadávajúci zábavu Návštevník zameraný na poznávanie
Hlavné motívy		Zážitok, zábava, nakupovanie, city breaky, poznávanie, UNESCO, kultúrne podujatia MS v hokeji (USA)	Zážitok, zábava, nakupovanie, city breaky, poznávanie, UNESCO, kultúrne podujatia
Komunikačný mix - B2B		e-learningové kurzy o destinácii, incomingové workshpy, B2B veľtrhy a výstavy	e-learningové kurzy o destinácii, incomingové workshpy, B2B veľtrhy a výstavy
Komunikačný mix - B2C		smart komunikácia, on-line, špecifické sociálne médiá natívna reklama, press-tripy	smart komunikácia, on-line, špecifické sociálne médiá natívna reklama, press-tripy

Marketingový plánovaný rozpočet na daný trh na rok 2019

	Podujatia	Dátum
Veľtrh	ITB Šanghaj	15.-17.5.2019
	TITF, Taipei	Okt 2019
Online komunikácia	Web, FB, IG,	1.1.– 31.12.2019

Marketingový plánovaný rozpočet na daný trh na rok 2020

	Podujatia	Dátum
Veľtrh	ITB Šanghaj	Máj 2020
	TITF, Taipei	Okt 2020
Online komunikácia	Web, FB, IG,	1.1.– 31.12.2020

MICE

Marketingový plánovaný rozpočet na daný trh na rok 2019

	Podujatia	Dátum
Veľtrh	IMEX Frankfurt	21.- 23.5. 2019
	IBTM Barcelona	nov 2019

Marketingový plánovaný rozpočet na daný trh na rok 2020

	Podujatia	Dátum
Veľtrh	IMEX Frankfurt	Máj 2020
	IBTM Barcelona	November 2020

GOLF

Marketingový plánovaný rozpočet na daný trh na rok 2019

	Podujatia	Dátum
Veľtrh	IGTM, Marakeš	14.-17.10. 2019

Marketingový plánovaný rozpočet na daný trh na rok 2020

	Podujatia	Dátum
Veľtrh	IGTM	Október 2020

SEKUNDÁRNE TRHY

Marketingový plánovaný rozpočet na daný trh na rok 2019

	Podujatia	Dátum
Veľtrh	ATM Dubai	28.4.- 1.5. 2019
	IFTM Paríž	1.-4.10.2019

Ďalšie marketingové nástroje sú detailne charakterizované v prílohe č. 1 Prehľad marketingových nástrojov na jednotlivých trhoch pre roky 2019 – 2020 aj s finančným vyčíslením.

Zriadenie nových zahraničných zastúpení SCR na kľúčových trhoch

1. Rok 2019 - ČĽR

Cestovný ruch (CR) generuje značný hospodársky príjem pre obe krajiny, teda pre hostovskú krajinu, ale aj pre domovskú krajinu turistu. Jednou z primárnych motivácií regiónu pre podporu seba samého, ako turistickej destinácie je očakávaný ekonomický rast.

Príjmy CR na celom svete v kombinácii s osobnou dopravou generujú objem peňazí, ktorý prevyšuje príjmy z automobilového priemyslu, chemického priemyslu, naftárskeho priemyslu alebo potravinárskeho priemyslu.

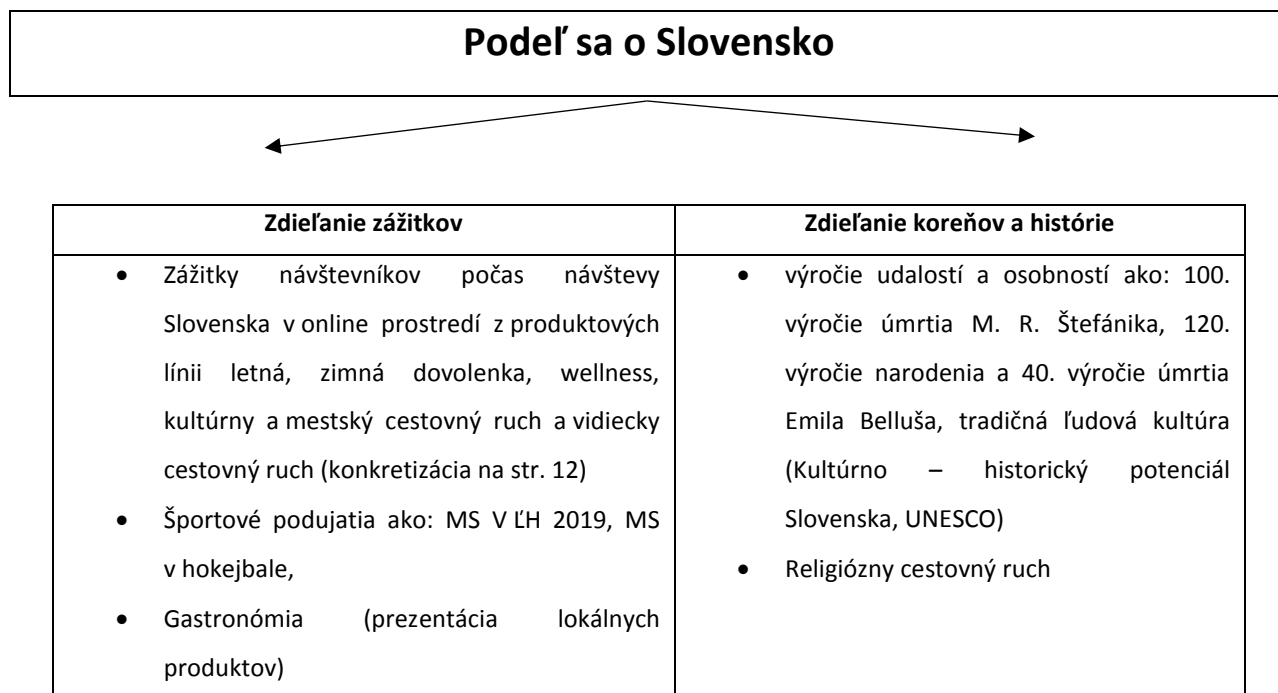
Čínsky odchodový CR sa začal rozvíjať od roku 1983 a odvtedy neustále rastie. Od roku 1983 do roku 2000, čo predstavuje obdobie 17 rokov, z Číny (ďalej len ČĽR) vycestovalo približne 20 miliónov turistov. Dynamiku rozvoja tohto trhu dokazuje, že počas roka 2014 vycestovalo z ČĽR do celého sveta až 109 miliónov Číňanov.

2. Rok 2020 – Ukrajina

Koncepčnou úlohou definovanou v krátkodobej stratégii na roky 2014 – 2016 bolo administratívne a finančné zabezpečenie zriadenia zahraničného zastúpenia na Ukrajine (Kyjev). Danú úlohu sa nepodarilo uskutočniť v danom období a tým pádom sa presúva na nasledujúce roky.

Nosné témy pre roky 2019 - 2020 a oblasti v rámci spolupráce s OCR

Nosná téma na rok 2019



Za pilier a kľúčovú tému na rok 2019 SCR určila tému „Podeliť sa o SLOVENSKO“, ktorá obsahuje zdieľanie zážitkov, zdieľanie koreňov a histórie. Medzi dané zážitky a skúsenosti, o ktoré sa chceme podeliť patria rôzne podujatia, či kultúrne, športové, gastronomické. A zároveň si chceme pripomenúť udalosti, ktoré ovplyvnili dianie nielen na Slovensku ale aj vo svete.

Nosná téma na rok 2020



Za pilier a kľúčovú tému na rok 2020 SCR určila tému „SLOVENSKO - KRIŽOVATKA KULTÚR“ už z historického hľadiska sme križovatkou kultúr okolitých krajín, kde sa láme východná a západná kultúra. Sme najzápadnejšie východné miesto a najvýchodnejšie západné miesto, z toho vyplýva, že každá jedna

oblasť našej kultúry je ovplyvnená sčasti príbuznou kultúrou. Z toho dôvodu „SLOVENSKO – KRIŽOVATKA KULTÚR“ vieme propagovať slovenské produkty, hrady, zámky, kaštiele, gastronómiu a wellness, bez toho, aby bolo možné argumentovať tým, že inde na svete existuje krajina, ktorá v danej oblasti vyniká viac.

Dané témy predkladáme ako podklad aj v rámci usmernení pre OCR ako nosnú spoluprácu s MDV SR.

Prehľad komunikovaných oblastí a podujatí v rámci systému spolupráce s OCR vid' príloha č. 2.

Záver

Navrhnuté koncepčné smerovanie marketingu cestovného ruchu tvorí základ a odporúčania pre vypracovanie marketingových plánov na nadchádzajúce roky 2019 – 2020, ktoré budú obsahovať konkrétne činnosti a aktivity potrebné na dosiahnutie stanovených cieľov.

PRÍLOHY

Priloha Ā. 1 Prehľad marketingovĹch nástrojov na jednotlivĹch trhoch pre roky 2019 - 2020:

PRODUKTOVĚ SKUPINY CESTOVNĚHO RUCHU	PRODUKTOVĚ LĹNIE (TĚMY)	PROPAGOVANĚ PRODUKTY A SLUŽBY	Brožůry tematickĚ, Fotografie, spoluprĹca s OCR, propagaĹnĚ predmety	Online nĹstroj	TV	Outdoor, Inzercia	PrezentĹcie	Presstripy
LetnĹ dovolenka	Aquaparky a termĹlnĚ kůpaliskĹ	DCR - Brožůra v SJ, Zoznam poskytovateľov,	DCR	DCR	DCR	DCR	DCR	DCR
	<u>Voda a zĹbava</u>		ČESKO	ČESKO	ČESKO	ČESKO	ČESKO	ČESKO
	<u>Hory a turistika</u>		MAĐARSKO	MAĐARSKO	MAĐARSKO	MAĐARSKO	MAĐARSKO	MAĐARSKO
	DCR		UK	UK				UK
	ČESKO		POĹSKO	POĹSKO	POĹSKO	POĹSKO	POĹSKO	POĹSKO
	MAĐARSKO	Splavovanie riek a vodnĹ turizmus	Brožůra v MJ	ŠKANDINĹVIA				ŠKANDINĹVIA
	POĹSKO		Brožůra v AJ	BENELUX				BENELUX
	UK		Brožůra v PJ					POBALTSKĚ ŠTĹTY
	POBALTSKĚ ŠTĹTY							IZRAEL
	IZRAEL	AdrenalinovĚ centrĹ						
ŠKANDINĹVIA	Golf							
BENELUX	Pešia a vysokohorskĹ turistika							
	Jaskyne							

PRODUKTOVÉ SKUPINY CESTOVNĚHO RUCHU	PRODUKTOVĚ LĀNIE (TĚMY)	PROPAGOVANĚ PRODUKTY A SLUŽBY	Brožůry tematickĚ, Fotografie, spoluprāca s OCR, propagačnĚ predmety	Online nāstroj	TV	Outdoor, Inzercia	Prezentācie	Presstripy		
		Cykloturistika								
		Autokempingy								
		Lyžiarske strediskā	DCR - Brožůra v SJ							
Zimnā dovolenka	<u>ZimnĚ športy</u> <u>Zābava v zime</u> POĽSKO DCR ĀESKO MAĀARSKO RUSKO UKRAJINA	BežeckĚ lyžovanie	Brožůra v PJ	POĽSKO		POĽSKO	POĽSKO	POĽSKO		
			Brožůra v MJ	DCR	DCR		DCR			
			Brožůra v RJ	ĀESKO	ĀESKO	ĀESKO	ĀESKO	ĀESKO		
					MAĀARSKO	MAĀARSKO	MAĀARSKO	MAĀARSKO	MAĀARSKO	
					RUSKO				RUSKO	
					UKRAJINA				UKRAJINA	
				Skialpinizmus						
				Zimnā turistika						
		Aquaparky								
		ZimnĚ adrenalĀnovĚ aktivita								
		Apreski a podujatia v lyžiarskych strediskāch								

PRODUKTOVĚ SKUPINY CESTOVNĚHO RUCHU	PRODUKTOVĚ LĪNIE (TĚMY)	PROPAGOVANĚ PRODUKTY A SLUŽBY	Brožůry tematickĚ, Fotografie, spoluprĚca s OCR, propagaĉnĚ predmety	Online nĚstroj	TV	Outdoor, Inzercia	PrezentĚcie	Presstripy
		VianoĉnĚ trhy, zimnĚ podujatia a festivaly						
KůpeľnĚy a zdravotnĚy cestovnĚy ruch	<u>Zdravie</u>	Kůpele – lieĉebnĚ pobyty	DCR - Brožůra v SJ, Zoznam poskytovateľov, Brožůra v NJ Brožůra v AJ Brožůra v RJ	RAKůSKO		RAKůSKO	RAKůSKO	RAKůSKO
	<u>Wellness</u>			RUSKO			RUSKO	RUSKO
	RAKůSKO			UKRAJINA			POBALTSKĚ ŠTĚTY	
	RUSKO			NEMECKO			IZRAEL	
	POBALTSKĚ ŠTĚTY			ŠKANDINĚVIA			UKRAJINA	
IZRAEL	BENELUX	NEMECKO	ŠKANDINĚVIA	BENELUX				
UKRAJINA		Medical Tourism						
NEMECKO		Wellness strediskĚ						
ŠKANDINĚVIA		Relax hotely						
BENELUX		Aquaparky						
KultůrnĚy a mestskĚy		UNESCO	DCR - Brožůra v SJ,	NEMECKO				NEMECKO

PRODUKTOVĚ SKUPINY CESTOVNĚHO RUCHU	PRODUKTOVĚ LĪNIE (TĚMY)	PROPAGOVANĚ PRODUKTY A SLUŽBY	Brožůry tematickĚ, Fotografie, spoluprĚca s OCR, propagaĉnĚ predmety	Online nĚstroj	TV	Outdoor, Inzercia	PrezentĚcie	Presstripy
cestovnĚ ruh	<u>Kultůrne dediĉstvo</u>	Hrady, zĚmky, kařtiele, galĚrie, můzeĚ	Brožůra v NJ Brožůra v AJ Brožůra v RJ Brožůra v Ćn.J Brožůra v MJ	ĆĪNA USA POBALTSKĚ řTĚTY IZRAEL				ĆĪNA INDIA USA JAPONSKO POBALTSKĚ řTĚTY IZRAEL
	NEMECKO ĆĪNA INDIA USA JAPONSKO POBALTSKĚ řTĚTY IZRAEL	Skanzeny a pamiatkovĚ rezervĚcie Ľudovej architektůry						
	<u>MestĚ a kultůra</u>		DCR - Brožůra v SJ, Brožůra v PJ Brožůra v NJ Brožůra v AJ Brožůra v RJ Brožůra v Ćn.J Brožůra v MJ	POLSKO MAĐARSKO RUSKO UKRAJINA NEMECKO TALIANSKO ĆĪNA	MAĐARSKO	POLSKO MAĐARSKO	POLSKO MAĐARSKO	POLSKO MAĐARSKO RUSKO UKRAJINA NEMECKO TALIANSKO ĆĪNA
	POLSKO MAĐARSKO RUSKO UKRAJINA NEMECKO TALIANSKO	Bratislava						

PRODUKTOVĚ SKUPINY CESTOVNĚHO RUCHU	PRODUKTOVĚ LĀNIE (TĚMY)	PROPAGOVANĚ PRODUKTY A SLUŽBY	Brožůry tematickĚ, Fotografie, spoluprāca s OCR, propagačnĚ predmety	Online nāstroj	TV	Outdoor, Inzerca	Prezentācie	Presstripy
	ČĀNA INDIA USA JAPONSKO ČESKO RAKÚSKO UK POBALTSKĚ ŠTĀTY IZRAEL		Brožůra v TJ	USA ČESKO RAKÚSKO UK POBALTSKĚ ŠTĀTY IZRAEL	ČESKO	ČESKO RAKÚSKO	ČESKO RAKÚSKO	INDIA ČESKO RAKÚSKO USA JAPONSKO UK POBALTSKĚ ŠTĀTY IZRAEL
		Architektůra, histůria, půtne miesta						
		Zābava, nakupovanie (city breaks)						
		Kultůrno-spoločenskĚ podujatia						
	<u>SpoločenskĚ podujatia</u>	Festivity – modernĚ, folklůrne	DCR - Brožůra v SJ,					

PRODUKTOVÉ SKUPINY CESTOVNĚHO RUCHU	PRODUKTOVĚ LĪNIE (TĚMY)	PROPAGOVANĚ PRODUKTY A SLUŽBY	Brožůry tematickĚ, Fotografie, spoluprĚca s OCR, propagaĉnĚ predmety	Online nĚstroj	TV	Outdoor, Inzercia	PrezentĚcie	Presstripy
	ĀESKO TALIANSKO ŠKANDINĀVIA BENELUX POLŠKO MAĀARSKO RAKÚSKO NEMECKO UK	Půte a nĚboženskĚ podujatia Jarmoky a vinobrania VianoĉnĚ trhy	Brožůra v PJ Brožůra v NJ Brožůra v AJ Brožůra v TJ Brožůra v MJ	ĀESKO TALIANSKO POLŠKO MAĀARSKO RAKÚSKO NEMECKO UK	ĀESKO MAĀARSKO	ĀESKO POLŠKO MAĀARSKO RAKÚSKO	ĀESKO POLŠKO MAĀARSKO RAKÚSKO	ĀESKO TALIANSKO POLŠKO MAĀARSKO RAKÚSKO ŠKANDINĀVIA BENELUX NEMECKO UK
	<u>ZĚžitkovĚ gastronómia</u> DCR RAKÚSKO RUSKO UKRAJINA UK	RegionĚlnĚ špeciality GastronomickĚ podujatia VinĚrstvo a vinnĚ cesty, pĪvovary a pĪvnĚ cesty	DCR - Brožůra v SJ, Zoznam poskytovateľov, Brožůra v NJ Brožůra v RJ Brožůra v AJ	DCR RAKÚSKO RUSKO UKRAJINA UK	DCR	RAKÚSKO	DCR RAKÚSKO	RAKÚSKO RUSKO UKRAJINA UK

PRODUKTOVÉ SKUPINY CESTOVNĚHO RUCHU	PRODUKTOVĚ LĪNIE (TĚMY)	PROPAGOVANĚ PRODUKTY A SLUŽBY	Brožůry tematickĚ, Fotografie, spoluprĚca s OCR, propagačnĚ predmety	Online nĚstroj	TV	Outdoor, Inzercia	PrezentĚcie	Presstripy
KongresovĚ cestovnĚ ruh	<u>MICE</u> V4 RAKÚSKO RUSKO UKRAJINA NEMECKO UK USA ČĪNA TALIANSKO	KongresovĚ a konferenčnĚ hotely a zariadenia	Brožůra v SJ	V4			V4	V4
			Brožůra v NJ	RAKÚSKO			RAKÚSKO	RAKÚSKO
			Brožůra v AJ	RUSKO			RUSKO	RUSKO
			Brožůra v RJ	UKRAJINA			UKRAJINA	UKRAJINA
			Brožůra v ČĪn.J	NEMECKO			NEMECKO	NEMECKO
			Brožůra v TJ	UK			UK	UK
				USA			USA	USA
				ČĪNA			ČĪNA	ČĪNA
				TALIANSKO				TALIANSKO
		Incentive house a eventovĚ agentůry						
		ŠpeciĚlnĚ eventovĚ priestory						
		PCO, DMC, lokĚlnĚ convention bureau						
VidieckĚ cestovnĚ ruh a agroturistika	<u>KrĚsy vidieka a relax v prĚrode</u> ŠKANDINĚVIA	Pobyty na vidieckĚch usadlostiach, farmĚch a penziĚnoch spojenĚ s hospodĚrskĚmi aktivitami, ĪudovĚmi	Brožůra v SJ	DCR	DCR		DCR	ŠKANDINĚVIA
			Brožůra v NJ					BENELUX
			Brožůra v AJ					

PRODUKTOVÉ SKUPINY CESTOVNĚHO RUCHU	PRODUKTOVĚ LĪNIE (TĚMY)	PROPAGOVANĚ PRODUKTY A SLUŽBY	Brožury tematické, Fotografie, spolupráca s OCR, propagačné predmety	Online nástroj	TV	Outdoor, Inzerca	Prezentácie	Presstripy
	BENELUX DCR	tradičiami, regionálnou gastronomiou a folklórnyimi podujatiami Pešia turistika a cykloturistika						

Online nástroj zahrňa:

- Konzultácie / accounting online kampaní, web analytiky v Google Analytics, kontrola a nasadenia meracích kódov, nastavenie a úpravy
- Search (vyhľadávanie) kampaň, jej komplexná správa, optimalizácia, monitoring a vyhodnocovanie (reporting), návrhy a aktualizácie kľúčových slov a textov, preklady
- Display (bannerová) kampaň, jej komplexná správa, optimalizácia, monitoring a vyhodnocovanie (reporting)
- Remarketing - Display kampane (spätné oslovenie zachyteného užívateľa), komplexná správa, optimalizácia, monitoring a vyhodnocovanie (reporting)
- Správa lokalizácie pre vyhľadávanie, bannery a remarketing - analýzy trhov, záujmy, správanie a cielenie tém na jednotlivých trhoch
- Video kampaň (vysielanie video spotov), jej komplexná správa, lokalizácia, optimalizácia, monitoring a vyhodnocovanie (reporting)
- Remarketing - Video kampane (spätné oslovenie zachyteného užívateľa, pri vysielaní spotov) video kampane, jej komplexná správa, optimalizácia, monitoring a vyhodnocovanie (reporting)
- Správa sociálnych sietí - tvorba a promovanie kampaní a príspevkov, tvorba obsahu, community management, vytvorenie obsahovej stratégie

Priloha Ā. 2 Prehľad komunikovaných oblastí a podujatí v rámci systému spolupráce s OCR

	Hlavné zdrojové trhy	Cieľ návštev I.-III.Q 2017	Najvýznamnejšie podujatia nadregionálneho významu
ZĀPADNĚ SLOVENSKO			
BRATISLAVSKÝ KRAJ			
KOCR Turizmus regiónu Bratislava		Bratislava - hlavné mesto a okolie Kultúrny a mestský cestovný ruch: (kultúra, pamiatky, podujatia, festivaly, zábava, príroda mimo mesta) Letný cestovný ruch: (voda a zábava, turistika Senecké jazerá), golf Vidiecky cestovný ruch a agroturistika: Malé Karpaty (vínna turistika, gastronómia) Záhorie (kult. a prírodné dedičstvo, gastronómia) cykloturistika Kongresový cestovný ruch MICE	Vinná turistika a gastronómia (celoročný produkt CR) Kráľovstvo husaciny (celoročný produkt CR)
OOCR Bratislava Tourist Board	Āesko Nemecko Rakúsko UK Āína DCR	Bratislava - hlavné mesto a okolie Kultúrny a mestský cestovný ruch: (kultúra, pamiatky, podujatia, festivaly, zábava, príroda a parky na dosah mesta) Letný cestovný ruch: voda a zábava, turistika, golf Vidiecky cestovný ruch a agroturistika: Malé Karpaty (vínna turistika, gastronómia) cykloturistika Kongresový cestovný ruch MICE	Veľká noc v Bratislave (apríl) Slovak Food Festival (máj) Bratislavské korunovačné slávnosti (jún) Kultúrne leto a Hradné slávnosti (jún-sept.) Gurmán Fest Bratislava (jún), Dni majstrov ŪLUV (aug.-sept.) Bratislavské hudobné slávnosti (sept. –okt.) Biela noc Bratislava (sept.) Jazzové dni (okt.) Vianočné trhy (nov. – december)

	Hlavné zdrojové trhy	Cieľ návštev I.-III.Q 2017	Najvýznamnejšie podujatia nadregionálneho významu
OOCR Malé Karpaty	Česko Poľsko Nemecko Rakúsko UK DCR	Vidiecky cestovný ruch a agroturistika: Pobyt na vidieckych usadlostiach, farmách a penziónoch s spojené s prezentáciou lokálnej tradičnej kultúry a gastronómiou Malé Karpaty (vínná turistika, gastronómia, cykloturistika) Geoturizmus	Otvorené pivnice na sv. Urbana (máj) Keramické trhy Pezinok (jún) Vinobranie (Pezinok, Modra, Rača) - sept. Slávnosti hliny Modra (sept.) Deň otvorených pivníc (nov.)
OOCR Záhorie	Česko Rakúsko DCR	Kultúrny a mestský cestovný ruch: (kultúra, pamiatky, podujatia, festivaly, zábava, príroda mimo mesta, cirkevné pamiatky, náboženské podujatia) Letný cestovný ruch: voda a zábava, turistika, golf Vidiecky cestovný ruch a agroturistika: Pobyt na vidieckych usadlostiach, farmách a penziónoch s spojené s prezentáciou lokálnej tradičnej kultúry a gastronómiou cykloturistika	Slávnosti kapusty - deni zelá, Stupava (okt.) Trdlofest Skalica (máj) Festival Rotenstein Holíč (máj)
OOCR Región Senec	Česko Nemecko Rakúsko Maďarsko	Letný cestovný ruch: voda a zábava, turistika, golf Malokarpatská vínná cesta, gastronómia, víno cykloturistika, golf	Senecké leto, Vínný festival (júl) Jablkové hodovanie (okt.)

	Hlavné zdrojové trhy	Cieľ návštev I.-III.Q 2017	Najvýznamnejšie podujatia nadregionálneho významu
	DCR		
TRNAVSKÝ KRAJ			Skalické dni (sept.) Deň otvorených búd v Skalici na Vínnej ceste Záhorie (9. ročník = 2018) - okt.
OOCR Trnava Tourism	Česko Nemecko Poľsko Francúzsko Rakúsko Španielsko Maďarsko UK DCR	Kultúrny a mestský cestovný ruch: (kultúra, pamiatky, podujatia, festivaly, zábava, príroda mimo mesta, cirkevné pamiatky, náboženské podujatia) Letný cestovný ruch: voda a zábava, turistika, golf Vidiecky cestovný ruch a agroturistika: Pobyť na vidieckych usadlostiach, farmách a penziónoch s spojením s prezentáciou lokálnej tradičnej kultúry a gastronómiou cykloturistika Kongresový cestovný ruch MICE	Stredoveká prešovačka (aug.) Tradičný Trnavský jarmok (sept.) Ružindolská bosorka (nov.) Deň otvorených pivníc (nov.)
OOCR Rezort Piešťany	DCR Izrael Nemecko Česko Arabské krajiny Rusko	Kúpeľný a zdravotný cestovný ruch: Termálna a vodná turistika, Aquparky Kongresový cestovný ruch MICE cykloturistika, golf	Filmový festival Kultúrne leto (Jún – september)
OOCR			

	Hlavné zdrojové trhy	Cieľ návštev I.-III.Q 2017	Najvýznamnejšie podujatia nadregionálneho významu
Žitný ostrov - Csallóköz	Česko Maďarsko Poľsko Nemecko Benelux DCR	Kúpeľný a zdravotný cestovný ruch: Termálna a vodná turistika, Aquaparky, cykloturistika, golf (Veľký Meder, Dunajská Streda) Kongresový cestovný ruch MICE Produkty v kooperácii: Orechová Potôň (motošport) Šamorín (x-bionic sphere - šport) Vodné mlyny na Dunaji	
NITRIANSKY KRAJ			
OOCR Nitrianska OCR	Česko Nemecko Poľsko Taliansko Rakúsko DCR	Kultúrny a mestský cestovný ruch: (kultúra, pamiatky, podujatia, festivaly, zábava, príroda a parky) Letný cestovný ruch: voda a zábava, turistika, golf Vidiecky cestovný ruch a agroturistika: (vínná turistika, gastronómia, cykloturistika) Kongresový cestovný ruch MICE Zaujímavé lokality: Nitra, Mojmírovce, Topoľčianky	Festival chutí - jahodová Nitra (jún) Nitra, milá Nitra - Pribinove a Cyrilo-metodské slávnosti (júl) Barokový deň v Mojmírovciach (júl)

	Hlavné zdrojové trhy	Cieľ návštev I.-III.Q 2017	Najvýznamnejšie podujatia nadregionálneho významu
<p>OOCR</p> <p>Podunajsko</p>	<p>Česko</p> <p>Poľsko</p> <p>Benelux</p> <p>DCR</p>	<p>Kultúrny a mestský cestovný ruch: (kultúra, pamiatky, podujatia, festivaly, zábava, príroda a parky)</p> <p>Kúpeľný a zdravotný cestovný ruch: Termálna a vodná turistika, Aquaparky</p> <p>Letný cestovný ruch: voda a zábava, turistika, golf</p> <p>Vidiecky cestovný ruch a agroturistika: (vínná turistika, gastronómia, cykloturistika)</p> <p>Kongresový cestovný ruch MICE</p> <p>Zaujímavé lokality: (Komárno, Iža, Dunaj – Malý aj hlavný tok)</p>	
TREŇCIANSKY KRAJ			
<p>KOCR</p> <p>Región Trenčín</p>	<p>Česko</p> <p>Poľsko</p> <p>Maďarsko</p> <p>Rakúsko</p> <p>Nemecko</p> <p>DCR</p>	<p>Kultúrny a mestský cestovný ruch:(kultúra, pamiatky, podujatia, festivaly, zábava, príroda a parky)</p> <p>Letný cestovný ruch: voda a zábava, turistika, golf</p> <p>Vidiecky cestovný ruch a agroturistika: pobyt na vidieckych usadlostiach, farmách a penziónoch s spojením s prezentáciou lokálnej tradičnej kultúry a gastronómie – lokálne destičky</p> <p>Zaujímavé lokality: Trenčín - hrad, Bradlo - Košariská (M. R. Štefánik)</p>	<p>Festival masiek a strašidiel - Bojnický zámok (apríl-máj)</p> <p>Folklorný festival Myjava C.I.O.F.F (jún)</p> <p>Festival Pohoda Trenčín (júl)</p> <p>Beckovské slávnosti (júl)</p> <p>Festival varenia lekváru Myjava (september)</p>

	Hlavné zdrojové trhy	Cieľ návštev I.-III.Q 2017	Najvýznamnejšie podujatia nadregionálneho významu
OOCR Trenčín a okolie	Česko Poľsko Maďarsko Rakúsko Nemecko DCR	Kultúrny a mestský cestovný ruch:(kultúra, pamiatky, podujatia, festivaly, zábava, príroda a parky) Letný cestovný ruch: voda a zábava, turistika, golf Kúpeľný a zdravotný cestovný ruch: Termálna a vodná turistika, Medical Tourism, Wellness strediská, Relax hotely	Bike Fest Kálnica Festival Pohoda
OOCR Trenčianske Teplice	Česko Nemecko Rakúsko Rusko Holandsko DCR	Kúpeľný a zdravotný cestovný ruch: Termálna a vodná turistika, Medical Tourism, Wellness strediská, Relax hotely Kongresový cestovný ruch – MICE Konferenčné hotely, špeciálne eventové priestory Zaujímavé lokality: Trenčianske Teplice (kúpele, kultúra, podujatia), Zelená žaba	Festival Hudobné leto (73.ročník = 2018) Filmový festival FFTT (3.ročník = 2018)
OOCR Horná Nitra - Bojnice	ČR Poľsko Maďarsko Rakúsko DCR	Kúpeľný a zdravotný cestovný ruch: Termálna a vodná turistika, Medical Tourism, Wellness strediská, Relax hotely Letný cestovný ruch: voda a zábava, turistika, golf Zaujímavé lokality: Bojnický zámok (história, podujatia)	Festival duchov a strašidiel - Bojnický zámok

	Hlavné zdrojové trhy	Cieľ návštev I.-III.Q 2017	Najvýznamnejšie podujatia nadregionálneho významu
<p>OOCR</p> <p>Región Horné Považie</p>	<p>Česko</p> <p>DCR</p>	<p>Letný cestovný ruch: voda a zábava, turistika, golf</p> <p>Vidiecky cestovný ruch a agroturistika: pobyt na vidieckych usadlostiach, farmách a penziónoch s spojené s prezentáciou lokálnej tradičnej kultúry a gastronómiou, cykloturistika, pešia turistika, golf</p> <p>Zaujímavé lokality:</p> <p>Minerálne pramene. Považský hrad</p>	<p>Marikovské folklórne slávnosti (24.ročník = 2018)</p>
S T R E DNĚ SLOVENSKO			
BANSKOBYSTRICKÝ KRAJ			
<p>OOCR</p> <p>Dudince</p>	<p>ČR</p> <p>Nemecko</p> <p>Rakúsko</p> <p>Rusko</p> <p>Ukrajina</p>	<p>Kúpeľný a zdravotný cestovný ruch: Termálna a vodná turistika, Medical Tourism, Wellness strediská, Relax hotely</p> <p>Letný cestovný ruch: voda a zábava, turistika, cykloturistika</p> <p>Vidiecky cestovný ruch a agroturistika: pobyt na vidieckych usadlostiach, farmách a penziónoch s spojené s prezentáciou lokálnej tradičnej kultúry a gastronómiou, cykloturistika, pešia turistika, (vinný turizmus)</p>	<p>Kultúrne leto (jún – september)</p> <p>SPA produkty</p>

	Hlavné zdrojové trhy	Cieľ návštev I.-III.Q 2017	Najvýznamnejšie podujatia nadregionálneho významu
OOCR Región Horehronie	ČR Maďarsko Poľsko DCR	Zimný cestovný ruch: Zimné adrenalínové aktivity, Apresky a podujatia v lyžiarskych strediskách, Vidiecky cestovný ruch a agroturistika: pobyt na vidieckych usadlostiach, farmách a penziónoch s spojené s prezentáciou lokálnej tradičnej kultúry a gastronómiou, cykloturistika, pešia turistika, golf, Kúpeľný a zdravotný cestovný ruch: Termálna a vodná turistika, Medical Tourism, Wellness strediská, Relax hotely	Horehronské dni spevu a tanca, Heľpa (jún) Lokálne produkty CR
OOCR Región Banská Štiavnica	ČR Nemecko Maďarsko DCR	Kultúrny a mestský cestovný ruch:(kultúra, pamiatky, podujatia, festivaly, zábava, príroda a parky, UNESCO pamiatky Letný cestovný ruch: voda a zábava, turistika, geoturizmus – geoparky Vidiecky cestovný ruch a agroturistika: pobyt na vidieckych usadlostiach, farmách a penziónoch s spojené s prezentáciou lokálnej tradičnej kultúry a gastronómiou, cykloturistika, pešia turistika	Salamadrové dni (sept.) Ryžovanie zlata - medzinárodné podujatie (jún)
OOCR			

	Hlavné zdrojové trhy	Cieľ návštev I.-III.Q 2017	Najvýznamnejšie podujatia nadregionálneho významu
Región GRON	ČR Maďarsko Nemecko DCR	Vidiecky cestovný ruch a agroturistika: pobyt na vidieckych usadlostiach, farmách a penziónoch s spojené s prezentáciou lokálnej tradičnej kultúry a gastronómie, cykloturistika, pešia turistika Kúpeľný a zdravotný cestovný ruch: Termálna a vodná turistika, Medical Tourism, Wellness strediská, Relax hotely, Aquaparky	Kúpele Sklené Teplice.sk, SPA - Vyhne celoročný produkt CR
OOCR Región Stredné Slovensko	ČR Poľsko Nemecko Maďarsko Izrael DCR	Kultúrny a mestský cestovný ruch:(kultúra, pamiatky, podujatia, festivaly, zábava, príroda a parky, UNESCO pamiatky Letný cestovný ruch: voda a zábava, hory, Autokemping. vysokohorská turistika, jaskyne, geoparky, golf Zimný cestovný ruch: lyžiarske strediská, zimné adrenalínové aktivity, bežecké lyžovanie, zimná turistika, podujatia v lyžiarskych strediskách, Vidiecky cestovný ruch a agroturistika: pobyt na vidieckych usadlostiach, farmách a penziónoch s spojené s prezentáciou lokálnej tradičnej kultúry a gastronómie, cykloturistika, pešia turistika Kúpeľný a zdravotný cestovný ruch: Termálna a vodná turistika, Medical Tourism, Wellness strediská, Relax hotely, Aquaparky	Preteky krňáčiek, Turecká (febr.) Biela stopa SNP (jan.) Letecké dni Sliač - SIAF (sept.) Výstup na Pustý hrad Zvolenské hry zámocké (45.roč.=2018) Radvanský jarmok (sept.)
OOCR Turistický Novohrad a Podpoľanie	ČR Maďarsko	Vidiecky cestovný ruch a agroturistika: pobyt na vidieckych usadlostiach, farmách a penziónoch	Masarykov dvor Podujatia na hrade Vígľaš, Masarykov dvor

	Hlavné zdrojové trhy	Cieľ návštev I.-III.Q 2017	Najvýznamnejšie podujatia nadregionálneho významu
	Nemecko Poľsko	s spojené s prezentáciou lokálnej tradičnej kultúry a gastronómie, cykloturistika, pešia turistika Kúpeľný a zdravotný cestovný ruch: Termálna a vodná turistika, Medical Tourism, Wellness strediská, Relax hotely, Aquaparky Kultúrny a mestský cestovný ruch:(kultúra, pamiatky, podujatia, festivaly, zábava, príroda a parky, UNESCO pamiatky – fujara - Hriňovské lazy Kongresový cestovný ruch – MICE, Konferenčné hotely, špeciálne eventové priestory Zaujímavé lokality: Kaštieľ Halič (MICE), Zámok Vígľaš Morská voda - Miraj Resort	Folklorne slávnosti pod Poľanou Detva (53.roč.=2018)
OOCR Tekov	ČR Maďarsko	Vidiecky cestovný ruch a agroturistika: pobyt na vidieckych usadlostiach, farmách a penziónoch s spojené s prezentáciou lokálnej tradičnej kultúry a gastronómie, cykloturistika, pešia turistika	Folklorne festivaly Produkty zamerané na lokálne produkty: Moruša čierna
OOCR Gemer	ČR Maďarsko Poľsko Nemecko	Vidiecky cestovný ruch a agroturistika: pobyt na vidieckych usadlostiach, farmách a penziónoch s spojené s prezentáciou lokálnej tradičnej kultúry a gastronómie, cykloturistika, pešia turistika	Slovenský raj a Slovenský kras, Morské oko – Tornaľa, Muránska planina

	Hlavné zdrojové trhy	Cieľ návštev I.-III.Q 2017	Najvýznamnejšie podujatia nadregionálneho významu
	Rusko	Kultúrny a mestský cestovný ruch:(kultúra, pamiatky, podujatia, festivaly, zábava, príroda a parky, UNESCO pamiatky Letný cestovný ruch: voda a zábava, hory, autokemping, turistika, jaskyne, geoparky, golf Geoturizmus Kúpeľný cestovný ruch SPA	
ŽILINSKÝ KRAJ	Česko Poľsko Nemecko Maďarsko Ukrajina DCR		Folklórny festival Východná (júl) Podroháčske folklórne slávnosti Zuberec (aug.) Staromestské slávnosti Žilina (máj)
KOCR Žilinský turistický kraj	ČR Poľsko Nemecko Maďarsko Izrael Ukrajina DCR	Kultúrny a mestský cestovný ruch:(kultúra, pamiatky, podujatia, festivaly, zábava, príroda a parky, UNESCO pamiatky - Terchovská muzika, Drevený kostol Letný cestovný ruch: voda a zábava, hory, Autokemping. vysokohorská turistika, jaskyne, geoparky, golf Zimný cestovný ruch: lyžiarske strediská, zimné adrenalínové aktivity, bežecké lyžovanie, zimná turistika, podujatia v lyžiarskych strediskách, Vidiecky cestovný ruch a agroturistika: pobyt na vidieckych usadlostiach, farmách a penziónoch	

	Hlavné zdrojové trhy	Cieľ návštev I.-III.Q 2017	Najvýznamnejšie podujatia nadregionálneho významu
		s spojené s prezentáciou lokálnej tradičnej kultúry a gastronómiou, cykloturistika, pešia turistika Kúpeľný a zdravotný cestovný ruch: Termálna a vodná turistika, Medical Tourism, Wellness strediská, Relax hotely, Aquaparky	
OOCR Klaster Orava	ČR Poľsko Nemecko Izrael Ukrajina	Letný cestovný ruch: voda a zábava, hory, Autokemping. vysokohorská turistika, jaskyne, geoparky, golf Zimný cestovný ruch: lyžiarske strediská, zimné adrenalínové aktivity, bežecké lyžovanie, zimná turistika, podujatia v lyžiarskych strediskách, Vidiecky cestovný ruch a agroturistika: pobyt na vidieckych usadlostiach, farmách a penziónoch s spojené s prezentáciou lokálnej tradičnej kultúry a gastronómiou, cykloturistika, pešia turistika	Celoročná expozícia Oravský hrad Múzeum Oravskej dediny Hviezdoslavova hájovňa Oravská Polhora
OOCR Malá Fatra	ČR Poľsko Nemecko Maďarsko Izrael	Letný cestovný ruch: voda a zábava, hory, Autokemping. vysokohorská turistika, jaskyne, geoparky, golf Zimný cestovný ruch: lyžiarske strediská, zimné adrenalínové aktivity, bežecké lyžovanie, zimná turistika, podujatia v lyžiarskych strediskách, Vidiecky cestovný ruch a agroturistika: pobyt na vidieckych usadlostiach, farmách a penziónoch s spojené s prezentáciou lokálnej tradičnej kultúry a gastronómiou, cykloturistika, pešia turistika	Malá Fatra Tourist Card Pobytové - Jánošíkove diery, Jánošíkove dni Terchová (aug.)

	Hlavné zdrojové trhy	Cieľ návštev I.-III.Q 2017	Najvýznamnejšie podujatia nadregionálneho významu
OOCR Kysuce	ČR Poľsko	<p>Letný cestovný ruch: voda a zábava, hory, Autokemping, vysokohorská turistika, jaskyne, geoparky, golf</p> <p>Zimný cestovný ruch: lyžiarske strediská, zimné adrenalínové aktivity, bežecké lyžovanie, zimná turistika, podujatia v lyžiarskych strediskách,</p> <p>Vidiecky cestovný ruch a agroturistika: pobyt na vidieckych usadlostiach, farmách a penziónoch s spojené s prezentáciou lokálnej tradičnej kultúry a gastronómie, cykloturistika, pešia turistika</p> <p>Zaujímavé lokality: Skanzen Vychylovka</p>	<p>Pobytové balíky</p> <p>Kysucký maratón Čadca (jún)</p>
OOCR Rajecká dolina	ČR Poľsko Maďarsko Ukrajina Nemecko, Izrael	<p>Kúpeľný a zdravotný cestovný ruch: Termálna a vodná turistika, Medical Tourism, Wellness strediská, Relax hotely, Aquaparky</p> <p>Letný cestovný ruch: voda a zábava, hory, autokemping, turistika, jaskyne, geoparky, golf</p> <p>Vidiecky cestovný ruch a agroturistika: pobyt na vidieckych usadlostiach, farmách a penziónoch s spojené s prezentáciou lokálnej tradičnej kultúry a gastronómie, cykloturistika, pešia turistika</p> <p>Náboženský turizmus</p>	<p>Pobytové SPA balíky</p>

	Hlavné zdrojové trhy	Cieľ návštev I.-III.Q 2017	Najvýznamnejšie podujatia nadregionálneho významu
OOCR Región Liptov	ČR Poľsko Ukrajina Maďarsko Izrael Benelux	<p>Letný cestovný ruch: voda a zábava, hory, Autokemping. vysokohorská turistika, jaskyne, geoparky, golf</p> <p>Zimný cestovný ruch: aquaparky, lyžiarske strediská, zimné adrenalínové aktivity, bežecké lyžovanie, zimná turistika, podujatia v lyžiarskych strediskách,</p> <p>Vidiecky cestovný ruch a agroturistika: pobyt na vidieckych usadlostiach, farmách a penziónoch s spojené s prezentáciou lokálnej tradičnej kultúry a gastronómie, cykloturistika, pešia turistika</p> <p>Zaujímavé lokality: Vlkolíneček UNESCO</p>	Vistiliptov.sk Liptov Region Card
OOCR Turiec - Kremnicko	ČR Nemecko Poľsko	<p>Kultúrny a mestský cestovný ruch:(kultúra, pamiatky, podujatia, festivaly, zábava, príroda a parky, UNESCO pamiatky, pútnický cestovný ruch a vojnový turizmus</p> <p>Vidiecky cestovný ruch a agroturistika: pobyt na vidieckych usadlostiach, farmách a penziónoch s spojené s prezentáciou lokálnej tradičnej kultúry a gastronómie, cykloturistika, pešia turistika</p>	Biela stopa SNP (jan.)

	Hlavné zdrojové trhy	Cieľ návštev I.-III.Q 2017	Najvýznamnejšie podujatia nadregionálneho významu
V Ý C H O DNÉ SLOVENSKO			
PREŠOVSKÝ KRAJ			
KOCR Severovýchod Slovenska	DCR Česko Poľsko Nemecko Rakúsko Maďarsko Ukrajina Rusko UK Izrael Litva Lotyšsko	Kultúrny a mestský cestovný ruch:(kultúra, pamiatky, podujatia, festivaly, zábava, príroda a parky, UNESCO pamiatky Letný cestovný ruch: voda a zábava, hory, splavovanie riek, autokemping. vysokohorská turistika, jaskyne, geoparky, golf Zimný cestovný ruch: aquaparky, lyžiarske strediská, zimné adrenalínové aktivity, bežecké lyžovanie, zimná turistika, podujatia v lyžiarskych strediskách, Vidiecky cestovný ruch a agroturistika: pobyt na vidieckych usadlostiach, farmách a penziónoch s spojené s prezentáciou lokálnej tradičnej kultúry a gastronómie, cykloturistika, pešia turistika Kúpeľný a zdravotný cestovný ruch: Termálna a vodná turistika, Medical Tourism, Wellness strediská, Relax hotely, Aquaparky	Medvedie dni na Hrebienku (aug.) Tatranský ľadový dóm, Starý Smokovec (nov.-apríl?) Tatranský veterán, Tatrl.Lomnica (aug.) Tatranské kultúrne leto Popradské kultúrne leto Svište na Plese Kampane: Legendarium, Letohrad, Cyklopátrania Prešovským krajom Karta výhod Tatry Card
OOCR Región Vysoké Tatry	DCR Česko Poľsko Nemecko Maďarsko Nemecko	Letný cestovný ruch: voda a zábava, hory, splavovanie riek, adrenalínové centrá, autokemping. vysokohorská turistika, jaskyne, geoparky, golf Zimný cestovný ruch: aquaparky, lyžiarske strediská, zimné adrenalínové aktivity, bežecké lyžovanie, zimná turistika, podujatia v lyžiarskych strediskách, Vidiecky cestovný ruch a agroturistika: pobyt na vidieckych usadlostiach, farmách a penziónoch	Medvedie dni na Hrebienku (aug.) Tatranský ľadový dóm, Starý Smokovec (nov.-apríl?) Tatranské kultúrne leto Svište na Plese Kampane:

	Hlavné zdrojové trhy	Cieľ návštev I.-III.Q 2017	Najvýznamnejšie podujatia nadregionálneho významu
	<p>Ukrajina</p> <p>Pobaltie</p> <p>Južná Kórea</p>	<p>s spojené s prezentáciou lokálnej tradičnej kultúry a gastronómie, cykloturistika, pešia turistika</p> <p>Kúpeľný a zdravotný cestovný ruch: Termálna a vodná turistika, Medical Tourism, Wellness strediská, Relax hotely, Aquaparky</p> <p>Kongresový cestovný ruch – MICE, konferenčné hotely, špeciálne eventové priestory</p>	<p>Legendarium, Letohrad, Cyklopátrania Prešovským krajom</p> <p>Karta výhod Tatry Card</p>
<p>OOCR</p> <p>Severný Spiš - Pieniny</p>	<p>DCR</p> <p>Česko</p> <p>Poľsko</p> <p>Ukrajina</p> <p>Maďarsko</p> <p>Rakúsko</p> <p>Nemecko</p> <p>UG</p> <p>Francúzsko</p> <p>Taliansko</p> <p>Holandsko</p> <p>Lotyšsko</p> <p>Rusko</p> <p>Španielsko</p>	<p>Kultúrny a mestský cestovný ruch:(kultúra, pamiatky, podujatia, festivaly, zábava, príroda a parky, UNESCO pamiatky</p> <p>Letný cestovný ruch: voda a zábava, hory, splavovanie riek, adrenalínové centrá, autokemping. vysokohorská turistika, jaskyne, geoparky, golf</p> <p>Vidiecky cestovný ruch a agroturistika: pobyt na vidieckych usadlostiach, farmách a penziónoch s spojené s prezentáciou lokálnej tradičnej kultúry a gastronómie, cykloturistika, pešia turistika</p> <p>Zaujímavé lokality:</p> <p>Pieniny - Červený Kláštor</p> <p>Ľubovnianske múzeum - hrad</p> <p>Stredoveký vojenský tábor</p> <p>Kúpele Červený Kláštor - Smerdžonka</p>	<p>Breakfestival v KÚPEĽOCH ČERVENÝ KLÁŠTOR Smerdžonka (jún)</p> <p>Hradné slávnosti na Ľubovnianskom hrade (júl)</p> <p>Stretnutie Goralov v Pieninách (august)</p>

	Hlavné zdrojové trhy	Cieľ návštev I.-III.Q 2017	Najvýznamnejšie podujatia nadregionálneho významu
<p>OOCR</p> <p>Tatry - Spiš - Pieniny</p>	<p>DCR</p> <p>ČR</p> <p>Poľsko</p> <p>Nemecko</p> <p>Maďarsko</p> <p>Pobaltie</p> <p>UK</p>	<p>Kultúrny a mestský cestovný ruch:(kultúra, pamiatky, podujatia, festivaly, zábava, príroda a parky, UNESCO pamiatky</p> <p>Letný cestovný ruch: voda a zábava, hory, splavovanie riek, adrenalínové centrá, autokemping, vysokohorská turistika, jaskyne, geoparky, golf</p> <p>Zimný cestovný ruch: aquaparky, lyžiarske strediská, zimné adrenalínové aktivity, bežecké lyžovanie, zimná turistika, podujatia v lyžiarskych strediskách,</p> <p>Vidiecky cestovný ruch a agroturistika: pobyt na vidieckych usadlostiach, farmách a penziónoch s spojené s prezentáciou lokálnej tradičnej kultúry a gastronómie, cykloturistika, pešia turistika</p> <p>Náboženský CR (Levoča, Kežmarok)</p> <p>Zaujímavé lokality:</p> <p>Belianske Tatry</p> <p>Pieniny - splav Dunajca</p> <p>UNESCO (Levoča, Spišské Podhradie, Kežmarok)</p>	<p>Festival Európske ľudové remeslo - EĽRO (júl)</p> <p>Veľkonočná oblievačka v kúpeľoch Červený Kláštor Smerdžonka - apríl</p> <p>Otvorenie letnej turistickej sezóny na Kežmarskom hrade -máj</p> <p>Zamagurské folklórne slávnosti – Červený Kláštor máj – jún</p> <p>Festival Európske ľudové remeslo - EĽRO (júl)</p> <p>Dni Majstra Pavla a Karpatský remeselný trh – Levoča – júl-august</p>

	Hlavné zdrojové trhy	Cieľ návštev I.-III.Q 2017	Najvýznamnejšie podujatia nadregionálneho významu
<p>OOCR</p> <p>Vysoké Tatry - Podhorie</p>	<p>DCR</p> <p>Poľsko</p> <p>ČR</p> <p>Maďarsko</p> <p>Izrael</p> <p>Pobaltské krajiny</p> <p>Rumunsko</p>	<p>Letný cestovný ruch: voda a zábava, hory, splavovanie riek, adrenalínové centrá, autokemping, vysokohorská turistika, jaskyne, geoparky, golf</p> <p>Zimný cestovný ruch: aquaparky, lyžiarske strediská, zimné adrenalínové aktivity, bežecké lyžovanie, zimná turistika, podujatia v lyžiarskych strediskách,</p> <p>Vidiecky cestovný ruch a agroturistika: pobyt na vidieckych usadlostiach, farmách a penziónoch s spojené s prezentáciou lokálnej tradičnej kultúry a gastronómie, cykloturistika, pešia turistika</p> <p>Kúpeľný a zdravotný cestovný ruch: Termálna a vodná turistika, Medical Tourism, Wellness strediská, Relax hotely, Aquaparky</p> <p>Kongresový cestovný ruch – MICE, konferenčné hotely, špeciálne eventové priestory</p>	<p>Balónová Fiesta Tatry</p> <p>Golfové turnaje Veľká Lomnica</p> <p>Folklorný festival pod Kráľovou hoľou, Liptovská Teplička (23.roč.=2018) - aug.</p>
<p>OOCR</p> <p>Horný Zemplín a Horný Šariš</p>	<p>DCR</p> <p>ČR</p> <p>Poľsko</p> <p>Ukrajina</p> <p>Maďarsko</p>	<p>Kultúrny a mestský cestovný ruch:(kultúra, pamiatky, podujatia, festivaly, zábava, príroda a parky, UNESCO pamiatky</p> <p>Letný cestovný ruch: voda a zábava, hory, splavovanie riek, adrenalínové centrá, autokemping, vysokohorská turistika, jaskyne, geoparky, golf</p> <p>Vidiecky cestovný ruch a agroturistika: pobyt na vidieckych usadlostiach, farmách a penziónoch s spojené s prezentáciou lokálnej tradičnej kultúry a gastronómie, cykloturistika, pešia turistika</p>	<p>Slávností kultúry Rusínov - Ukrajincov na Slovensku</p> <p>Podvihorlatský folklórny festival – Sninské rybníky</p> <p>Humenský jarmok</p> <p>Odomykanie Domaše –otvorenie letnej sezóny</p>

	Hlavné zdrojové trhy	Cieľ návštev I.-III.Q 2017	Najvýznamnejšie podujatia nadregionálneho významu
		<p>Kúpeľný a zdravotný cestovný ruch: Termálna a vodná turistika, Medical Tourism, Wellness strediská, Relax hotely, Aquaparky</p> <p>Zaujímavé lokality: Medzilaborce (Andy Warhol) Domaša - vodné športy a kúpanie Národný park Poloniny UNESCO - Drevené kostolíky, Tokajík - múzeum</p>	
<p>OOCR Šariš - Bardejov</p>	<p>DCR ČR Poľsko Maďarsko Rusko</p>	<p>Kultúrny a mestský cestovný ruch:(kultúra, pamiatky, podujatia, festivaly, zábava, príroda a parky, UNESCO pamiatky</p> <p>Letný cestovný ruch: voda a zábava, hory, splavovanie riek, adrenalínové centrá, autokemping. vysokohorská turistika, jaskyne, geoparky, golf</p> <p>Vidiecky cestovný ruch a agroturistika: pobyt na vidieckych usadlostiach, farmách a penziónoch s spojením s prezentáciou lokálnej tradičnej kultúry a gastronómie, cykloturistika, pešia turistika</p> <p>Kúpeľný a zdravotný cestovný ruch: Termálna a vodná turistika, Medical Tourism, Wellness strediská, Relax hotely,</p> <p>Zaujímavé lokality: UNESCO - Bardejov, drevené kostolíky, Bardejovské kúpele - liečenie</p>	<p>Hry rytiera Rolanda Dni mesta Bardejov Bardejovský jarmok</p>

	Hlavné zdrojové trhy	Cieľ návštev I.-III.Q 2017	Najvýznamnejšie podujatia nadregionálneho významu
OOCR Región Šariš	Poľsko ČR Maďarsko DCR	<p>Kultúrny a mestský cestovný ruch:(kultúra, pamiatky, podujatia, festivaly, zábava, príroda a parky, UNESCO pamiatky</p> <p>Letný cestovný ruch: voda a zábava, hory, splavovanie riek, adrenalínové centrá, autokemping. vysokohorská turistika, jaskyne, geoparky, golf</p> <p>Vidiecky cestovný ruch a agroturistika: pobyt na vidieckych usadlostiach, farmách a penziónoch s spojené s prezentáciou lokálnej tradičnej kultúry a gastronómie, cykloturistika, pešia turistika</p> <p>Kúpeľný a zdravotný cestovný ruch: Termálna a vodná turistika, Medical Tourism, Wellness strediská, Relax hotely,</p> <p>Zaujímavé lokality: Prešov – Solivar Veľký Šariš Slovenské opáľové bane</p>	<p>Dni soli v Solivare Prešov (sept.)</p> <p>Festival Dobrej chute</p> <p>Rally Prešov</p> <p>Prešovske parkurovepreteky</p>
KOŠICKÝ KRAJ			
			<p>Tajomné noci na hrade</p> <p>Ferrata Kyseľ, Splav Hornádu</p>

	Hlavné zdrojové trhy	Cieľ návštev I.-III.Q 2017	Najvýznamnejšie podujatia nadregionálneho významu
KOCR Košice Región Turizmus	DCR Česko Poľsko Nemecko Maďarsko Izrael Ukrajina Rusko Lotyšsko Litva	<p>Kultúrny a mestský cestovný ruch:(kultúra, pamiatky, podujatia, festivaly, zábava, príroda a parky, UNESCO pamiatky</p> <p>Letný cestovný ruch: voda a zábava, hory, splavovanie riek, adrenalínové centrá, autokemping. vysokohorská turistika, jaskyne, geoparky, golf</p> <p>Vidiecky cestovný ruch a agroturistika: pobyt na vidieckych usadlostiach, farmách a penziónoch s spojením s prezentáciou lokálnej tradičnej kultúry a gastronómie, cykloturistika, pešia turistika</p> <p>Kongresový cestovný ruch – MICE, konferenčné hotely, špeciálne eventové priestory</p> <p>Zaujímavé lokality: Spišský hrad Jaskyne UNESCO Národný park - Slovenský raj Kaštieľ Betliar</p>	<p>Pieskové kráľovstvo na pláži pri Šírave (leto)</p> <p>Produkty pre verejnosť (DCR):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ľadový expres • Cestovateľská abeceda • Vlakom za UNESCOm <p>Tokajské vinobranie (sept.)</p>
OOCR Košice Turizmus	DCR Česko Poľsko Nemecko	<p>Kultúrny a mestský cestovný ruch:(kultúra, pamiatky, podujatia, festivaly, zábava, príroda a parky, UNESCO pamiatky</p>	<p>Medzinárodný maratón mieru (okt.)</p> <p>Biela noc (okt.)</p> <p>Balónová fiesta (25.roč.=2018) - jún</p> <p>Pieskové sochy v Mestskom parku</p> <p>Ľadové sochy</p>

	Hlavné zdrojové trhy	Cieľ návštev I.-III.Q 2017	Najvýznamnejšie podujatia nadregionálneho významu
	Maďarsko Ukrajina	Letný cestovný ruch: voda a zábava, hory, splavovanie riek, adrenalínové centrá, autokemping. vysokohorská turistika, jaskyne, geoparky, golf Kongresový cestovný ruch – MICE, konferenčné hotely, špeciálne eventové priestory	Abovské folklórne slávnosti (50.roč.=2018) - jún
OOCR Zemplínska oblastná OCR		Letný cestovný ruch: voda a zábava, hory, splavovanie riek, adrenalínové centrá, autokemping. vysokohorská turistika, jaskyne, geoparky, golf Vidiecky cestovný ruch a agroturistika: pobyt na vidieckych usadlostiach, farmách a penziónoch s spojením s prezentáciou lokálnej tradičnej kultúry a gastronómie, cykloturistika, pešia turistika Zaujímavé lokality: Zemplínska Šírava, Thermalpark Šírava	Zemplínske slávnosti (aug.) Jánske ohne nad Šíravou, Vinné (jún) Pieskové kráľovstvo na pláži pri Šírave (leto)
OOCR Slovenský raj a Spiš	DCR Česko Poľsko Maďarsko Nemecko	Kultúrny a mestský cestovný ruch:(kultúra, pamiatky, podujatia, festivaly, zábava, príroda a parky, UNESCO pamiatky Letný cestovný ruch: voda a zábava, hory, splavovanie riek, adrenalínové centrá, autokemping. vysokohorská turistika, jaskyne, geoparky, golf	Dni humoru na Spiši, Sp.N.Ves (aug.) Spišský trh, Spišská Nová Ves (50.roč.=2018) - júl Dni mesta s Trhom ľudových remesiel (aug.) Festival Živé sochy, Spiš.Nová Ves (sept.)

	Hlavné zdrojové trhy	Cieľ návštev I.-III.Q 2017	Najvýznamnejšie podujatia nadregionálneho významu
	UK Izrael Rusko-Ukrajina	Vidiecky cestovný ruch a agroturistika: pobyt na vidieckych usadlostiach, farmách a penziónoch s spojením s prezentáciou lokálnej tradičnej kultúry a gastronómie, cykloturistika, pešia turistika Zaujímavé lokality_ Slovenský raj - Ferrata Kysel', Splav Hornádu	



**DOVOLENKA NA
SLOVENSKU
DOBRY NÁPAD**