SPRÁVA O ČINNOSTI A HOSPODÁRENÍ ZA ROK 2020

KRAJSKÁ ORGANIZÁCIA CESTOVNÉHO RUCHU

BANSKOBYSTRICKÝ KRAJ TURIZMUS

ÚDAJE O ORGANIZÁCII

Založenie krajskej organizácie cestovného ruchu **Banskobystrický Kraj Turizmus** (KOCR BBKT) bolo sfinalizované zápisom do registra krajských organizácií cestovného ruchu Ministerstva dopravy a výstavby SR, Sekcie cestovného ruchu dňa 17.12.2018 na základe zápisnice z ustanovujúceho valného zhromaždenia konaného dňa 11.12.2018, na ktorom bolo prítomných 7 zakladateľských subjektov.

Názov organizácie	**Banskobystrický kraj Turizmus**
Forma organizácie	Krajská organizácia cestovného ruchu založená na základe Zákona č. 91/2010 o podpore cestovného ruchu.
Registrácia	Zapísaná v registri OCR Ministerstva dopravy a výstavby SR pod číslom 31943/2018/SCR dňa 17.12.2018.
Sídlo	Nám. SNP č.14585/1, Banská Bystrica 974 01
IČO	52132072
DIČ	2120899022
Bankové spojenie	SK48 0900 0000 0051 5298 2616 – členský účet
	SK98 0900 0000 0051 6888 5060 – dotačný účet
Webové sídlo	www.zahoramizadolami.sk a www.dobrykraj.sk

ČLENSKÁ ZÁKLADŇA

	Zakladajúci členovia KOCR BBKT	Právna forma
1	Banskobystrický samosprávny kraj	Vyšší územný celok
2	Región Horehronie	Oblastná organizácia cestovného ruchu
3	Stredné Slovensko	
4	Región Gron	
5	Región Banská Štiavnica	
6	Turistický Novohrad a Podpoľanie	
7	Dudince	

ORGÁNY KRAJSKEJ ORGANIZÁCIE CESTOVNÉHO RUCHU

V zmysle zákona č. 91/2010 Z.z. v znení neskorších predpisov o podpore cestovného ruchu, boli pri založení KOCR BBKT sfunkčnené všetky orgány krajskej organizácie cestovného ruchu:

Orgán	Personálne obsadenie
PREDSEDA krajskej organizácie cestovného ruchu	Ing. Iveta Niňajová, PhD. (do 31.9.2020) Ing. Mgr. Daniela Chrančoková, PhD. (od 27.10.2020) Nominovaná predsedom Banskobystrického samosprávneho kraja
VÝKONNÝ RIADITEĽ	Mgr. Petra Šuhajdová

ORGANIZAČNÁ ŠTRUKTÚRA

V roku 2020 sa súčasťou organizačnej štruktúry KOCR BBKT stali dvaja stáli zamestnanci na pozíciách marketingový manažér a manažér cestovnej kancelárie.

Kategória zamestnancov	Zamestnanecký pomer	Rok 2020	Konkretizácia práce
Stáli zamestnanci	TPP	2	Marketingový špecialista, Manažér CK
Výpomoc pri zabezpečovaní produktov cestovného ruchu	Dohoda o brigádnickej práci študentov	2	Medializácia rozvojového zámeru
	Dohoda o pracovnej činnosti	4	Náučný chodník Jakuba Surovca

Výpomoc pre podujatia	Dohoda o brigádnickej práci študentov	9	ITF Slovakiatour (2), Kráľovská svadba na Pustom hrade (7)
	Dohoda o vykonaní práce	9	Kráľovská svadba na Pustom hrade (8), IBU CUP Osrblie (1)
	Dohoda o pracovnej činnosti	1	CK (rezervačný systém)
	Dohoda o vykonaní práce	2	Pobytové balíčky (1), rezervačný systém (1)
Marketingová výpomoc	Dohoda o brigádnickej práci študentov	1	Marketing, administratíva
	Dohoda o pracovnej činnosti	1	Napĺňanie webu, správa obsahu
	Dohoda o vykonaní práce	1	Správa webu

UKAZOVATELE VÝKONNOSTI UBYTOVACÍCH ZARIADENÍ DESTINÁCIE BANSKOBYSTRICKÝ KRAJ

UKAZOVATEĽ	Zdroj údajov	2020	2019
BANSKOBYSTRICKÝ KRAJ TURIZMUS			
Počet návštevníkov	Štatistický úrad SR	358797	605751
Počet prenocovaní	Štatistický úrad SR	1140859	1777910
	Členské obce OOCR	1224693	1691535
Vybraná daň z ubytovania	Členské obce OOCR	1115774,21 EUR	1314541,37 EUR
Počet ubytovacích zariadení	Štatistický úrad SR	461	457
Počet lôžok v ubytovacích zariadeniach	Štatistický úrad SR	17838	17288
Tržby za ubytovanie s DPH	Štatistický úrad SR	33165278 EUR	48284907 EUR
BANSKOBYSTRICKÝ SAMOSPRÁVNY KRAJ			
Počet návštevníkov	Štatistický úrad SR	418553	743807
Počet prenocovaní	Štatistický úrad SR	1335801	2141489
Počet ubytov. zariadení	Štatistický úrad SR	625	645
Počet lôžok v ubytov. zar.	Štatistický úrad SR	22524	22871
Tržby za ubytovanie s DPH	Štatistický úrad SR	36979024 EUR	55899345 EUR
SLOVENSKÁ REPUBLIKA			
Počet návštevníkov	Štatistický úrad SR	3210007	6432934
Počet prenocovaní	Štatistický úrad SR	9 790 597	17703695
Počet ubytov. zariadení	Štatistický úrad SR	4309	4487
Počet lôžok v ubytov. zar.	Štatistický úrad SR	209330	218080
Tržby za ubytovanie s DPH	Štatistický úrad SR	276881440	516184700
PODIEL DESTINÁCIE BANSKOBYSTRICKÝ KRAJ NA VÝKONNOSTI SLOVENSKEJ REPUBLIKY			
Počet návštevníkov	Vlastné spracovanie	13 %	12 %
Počet prenocovaní	Vlastné spracovanie	14 %	12 %
Počet ubytov. zariadení	Vlastné spracovanie	15 %	14 %
Počet lôžok v ubytov. zar.	Vlastné spracovanie	11 %	10 %
Tržby za ubytovanie s DPH	Vlastné spracovanie	13 %	11 %

Zdroj: Štatistický úrad SR, Oblastné organizácie cestovného ruchu na území BBSK

Pozitívne nastavený trend v raste prenocovaní v mesiacoch január a február 2020 (+ 10 % a + 12 %) v porovnaní s rovnakým obdobím roku 2019 zastavila epidemiologická situácia Covid-19, ktorá mala za následok, že výkony cestovného ruchu za rok 2020 rapídne poklesli oproti roku 2019. Pre územie BBSK je to takmer –44 % v počte návštevníkov, -38 % v počte prenocovaní a pokles -34 % v tržbách ubytovacích zariadení. Relatívne porovnateľné výkony CR s rokom 2019 sme zaznamenali v letných mesiacoch, kedy došlo k uvoľneniu opatrení a zvýšenému dopytu po službách CR. Avšak záver roka 2020 sa niesol v sprísnení opatrení a v zatvorení prevádzok vrátane poskytovateľov služieb cestovného ruchu, čo značne negatívne ovplyvnilo celkové výkony CR za rok 2020. Priemerný počet prenocovaní v BBSK za rok 2020 je na úrovni 2,7, rovnako tomu bolo aj v roku 2019. Zároveň ide o údaj identický s národnou úrovňou (2,7 prenocovaní za SR).

ZAMERANIE ČINNOSTI

V roku 2020 podala KOCR BBKT prvý krát žiadosť o nenárokovateľnú dotáciu Ministerstva dopravy a výstavby SR (ďalej len MDV SR) na podporu rozvoja cestovného ruchu. Výška nenárokovateľnej sumy požadovanej dotácie bola 100 tis. EUR. Pridelená dotácia bola v celkovej výške 99 473,31 EUR. V zmysle zmluvy č. 683_BBOO_2020 vo výške 88 846,66 Eur na bežné výdavky a v zmysle zmluvy č. 809_BB00_2020 vo výške 10 626,65 Eur na kapitálové výdavky. Štandardný termín čerpania dotácie MDV SR do 31.12.2020 bol z dôvodu pandemickej situácie predĺžený do 31.3.2021. Plán aktivít KOCR BBKT na rok 2020 sa z dôvodu potreby harmonizovať štruktúru aktivít v súlade s oprávnenými položkami v zmysle dotácie MDV SR (podľa § 29 Zákona o podpore cestovného ruchu) rozčlenil nasledovne:

1. Marketing a propagácia
2. Tvorba rezervačného systému (činnosť regionálnej cestovnej kancelárie)
3. Tvorba a podpora udržateľných produktov cestovného ruchu
4. Podpora atraktivít danej lokality tak, aby sa stali stálou súčasťou ponuky cestovného ruchu
5. Infraštruktúra cestovného ruchu
6. Vzdelávacie aktivity

1. MARKETING A PROPAGÁCIA

Marketingové aktivity vrátane budovania imidžu a identity destinácie, komunikačnej podpory produktom a projektom cestovného ruchu, ako aj predaj a distribúcia konkrétnych produktov cestovného ruchu (ďalej len CR) patria k nosným úlohám KOCR BBKT. Rozvojové aktivity a tvorba infraštruktúry CR sú v pôsobnosti Rozvojovej agentúry BBSK, n.o. (ďalej aj RABBSK). Obe organizácie v úzkej spolupráci a súčinnosti (v kooperácii s OOCR v kraji) realizujú široké spektrum aktivít na podporu rozvoja regiónov Banskobystrického kraja a rozvoj CR v ňom. Detailné informácie o rozvojových aktivitách v oblasti CR sú súčasťou Výročnej správy RABBSK, n.o.

Aktivita Marketing a propagácia sa delí na nasledujúce podaktivity:

1.1. Edičná a videotvorba
1.2. Turistický informačný systém, PR, komunikácia
1.3. Výstavy, veľtrhy, prezentácie
1.4. Merkantil/prezentačno – propagačné nástroje
1.5. Celoročná propagácia destinácie (nákup mediálneho priestoru)
1.6. Online marketing
1.7. Offline marketing
1.8. Marketing produktových línií

Destinačný marketing zahŕňa činnosti zamerané na marketingovú komunikáciu a prezentáciu produktovej ponuky CR v kraji, PR a prácu s verejnosťou, branding destinácie a budovanie povedomia o destinačnej značke Za horami Za dolami a jej prepojení na Banskobystrický kraj, budovanie obsahu, smerovanie marketingových aktivít na cieľové publikum, správu a údržbu web stránky a sociálnych sietí.

1.1. Edičná a video tvorba

V priebehu roka 2020 sa z dotácie MDVSR zrealizovalo obstaranie **9 destinačných imidžových videí** prezentujúcich 8 samostatných regiónov/destinácií Banskobystrického kraja (Horehronie, Stredné Slovensko, Gron, Región Banská Štiavnica, Novohrad, Podpoľanie, Dudince a Hont, Gemer) a jedno spoločné súhrnné imidžové video. Základným myšlienkovým posolstvom videí je zdôrazniť autenticitu prostredia 8 regiónov Banskobystrického kraja a zvýrazniť ich rozprávkový charakter, ktorý vychádza z Dobšinského rozprávok. Videá vzbudzujú emócie ako spomalenie, návrat ku koreňom zobrazením nasledovných výjavov: rozprávková krajina, zeleň a príroda, pohoda, spomalenie, pokoj, málo ľudí, neobjavený a neokukaný kraj, pracovití a nadšení miestni ľudia, chuť cestovať, „túžba byť ako Pavol Dobšinský, ktorý chodil a zbieral rozprávky, tak aj divák chce chodiť po krajine a zbierať cestovateľské zážitky“. Videá budú slúžiť na prezentačno - propagačné účely.
V roku 2020 vznikla aj séria tzv. amatérskych videí s podtitulom **„natočené doma“** na **podporu propagácie zážitkov/produktov regionálnej cestovnej kancelárie** (ďalej len CK) počas prvej vlny pandémie. Vtedy bola prevádzka CK pozastavená, avšak krátkymi videami sme širokej verejnosti prostredníctvom sociálnych sietí sprístupnili príbehy poskytovateľov zážitkov/produktov a tým motivovali k budúcej kúpe zážitku.
K ďalším videovýstupom patrili videá na podporu konkrétnych produktových línií a produktov CR poskytovaných počas letnej sezóny. Ide najmä o produktovú líniu **„Zážitkové vlaky“** kde boli spracované atraktívne **videá** prezentujúce jednotlivé zážitkové expresy (banícky, zbojnícky, horehronský). Videá budú slúžiť ako pozvánka na ďalšie turistické sezóny Zážitkových vlakov v BB kraji.
Tlač materiálov zahŕňala **brožúru poskytovateľov zážitkov**, ktorú sme odprezentovali na veľtrhu ITF Slovakiatour 2020 v Bratislave, sériu plagátov a letákov k podpore produktových línií kraja (Zážitkové vlaky, podujatie Gruntovačka v Banskobystrickom kraji, program a plán podujatia Kráľovská svadba na Pustom hrade vo Zvolene ap.). Partnersky sme sa podieľali na financovaní tlače informačno - prezentačných **brožúr združenia Gotická cesta** k podujatiu Gotická cesta otvorená 2020. Tieto materiály boli distribuované jednak počas podujatia (sprístupnenie vybraných lokalít širokej verejnosti spolu s odborným výkladom o ich kultúrno - historickom význame) a jednak slúžia pre príležitostných návštevníkov kostolíkov aj počas roka.

1.2. Turistický informačný systém, PR, komunikácia

Súčasťou podaktivity je tvorba špecifického marketingového obsahu (copywriting), nákup fotografií a tvorba fotobanky, práca s médiami a tlačové správy, medializácie projektov na podporu CR, správa webu ai.

Copywriting: KOCR BBKT spracúva **rozsiahly a rozmanitý marketingový obsah** – ide o imidžový marketing (budovanie identity pre značku Za horami za dolami, jej prepojenie s Banskobystrickým krajom ale aj jednotlivými subdestináciami, zdôrazňovanie tradícií, hodnôt, významných dejinných udalostí ap.), produktový marketing – nosné produktové línie kraja a ich prezentácia, eventový marketing (podujatia) ai. Profesionálna prezentácia zahŕňa kvalitný a úderný obsah, ktorým sa organizácia destinačného marketingu prihovára svojmu cieľovému publiku. Na tieto účely využíva KOCR BBKT služby tzv. copywritingu (marketingové spracovanie dodaného obsahu), vytvorený obsah slúži na prezentáciu prostredníctvom sociálnych sietí, webu, inzercií, tlačových výstupov, ap.

Tvorba fotobanky – imidžovej **fotodatabázy** je nemenej dôležitou súčasťou kvalitného marketingového obsahu. Fotomateriál sa využíva na prezentáciu na sociálnych sieťach, webe, v tlačových výstupoch a materiáloch, v online a offline kampaniach, inzerciách ap. V roku 2020 sa rozšírila fotodatabáza organizácie pre jednotlivé nosné produktové

línie kraja napr. akčné leto (splav, cyklo, turistika ai.), zážitkové vlaky, regionálne (regionálne pulty), akčná zima (zážitky v zime, bežky, skialp, zimná turistika ap.), stopy dejín (Gotická cesta na Gemeri – pre potreby nominácie stredovekých nástenných malieb na Gemeri a Malohonte na značku Európske dedičstvo) ai.

Práca s médiami

Infocesta pre novinárov 9.-12. júl 2020: V júli sme sa podieľali na infoceste novinárov, ktorú naplánovalo Ministerstvo dopravy a výstavby SR. 16 novinárok z popredných slovenských médií a jeden český novinár navštívili vybrané lokality Žilinského, Banskobystrického a Prešovského kraja. V Banskobystrickom kraji sme ich hostili spoločne s OOCR Stredné Slovensko a v rámci obmedzeného času sme im naplánovali malú ochutnávku zážitkov v kraji. Navštívili najdlhší visutý most na Slovensku na Skalke, pozorovali nočnú oblohu pri dobrom jedle na farme Hiadlovských v Slovenskej Ľupči, ochutnali Atkáryho krumpľe v Kremnici. Z tejto infocesty bolo viac ako 20 mediálnych výstupov a intenzívna komunikácia na sociálnych sieťach. V priebehu roka 2020 sme publikovali 77 tlačových správ na podporu produktov a projektov cestovného ruchu v kraji, so zameraním na prezentovanie konkrétnych tém, noviniek a aktualít v oblasti cestovného ruchu v kraji. Evidujeme 322 mediálnych výstupov

Na jeseň 2020 spolupracovala KOCR BBKT so svojimi členskými OOCR v kraji na realizovaní **infociest pre bloggerov a vloggerov** v kraji. KOCR BBKT finančne podporila vybrané súčasti infociest (napr. návšteva vybraných atraktivít, doprava, ukážky regionálnej gastronómie, ubytovanie ap.). Výstupmi boli kvalitné články/reportáže/posty na sociálnych sieťach s atraktívnou prezentáciou ponuky CR kraja.

Medializácie rozvojových zámerov

V roku 2020 sme medializovali **19 ukončených rozvojových zámerov.** Predstavovanie zrealizovaných projektov sme prispôsobovali aktuálnym obmedzeniam súvisiacim s COVID-19. Medializácie rozvojových zámerov zastrešuje po dohode s Rozvojovou agentúrou BBSK Krajská organizácia cestovného ruchu Banskobystrický kraj turizmus. Medializácia je vnímaná ako efektívny nástroj ako laickej aj odbornej verejnosti posunúť tri hlavné odkazy: financovaním rozvojových zámerov cez RA BBSK Banskobystrický samosprávny kraj podporuje cestovný ruch a regionálny rozvoj. Druhý odkaz, ktorý medializácie nesú, je význam existencie oblastných organizácií a krajskej organizácie cestovného ruchu, ktoré dokážu oveľa efektívnejšie spájať vo svojich regiónoch partnerov s úmyslom dosahovania spoločných cieľov. Tretí odkaz je pozvánka pre širokú verejnosť, aby navštevovali regióny, v ktorých spoločne aj cez tieto projekty vytvárame priestor pre rozvoj turizmu. V roku 2020 evidujeme takmer 160 mediálnych výstupov s témou rozvojových zámerov.

1.3. Výstavy, veľtrhy, prezentácie

Medzinárodný veľtrh **ITF Slovakiatour**. V dňoch 23. – 26.1.2020 sa Banskobystrický kraj pod strešnou značkou Za horami, za dolami predstavil ako rozprávková a zážitková destinácia v spoločnej expozícii 8 regiónov a mesta Banská Bystrica na najväčšom veľtrhu cestovného ruchu na Slovensku. Nosnou témou bol svet rozprávok inšpirovaný príbehom „Pamodaj šťastia lavička“ z dielne Pavla Dobšinského a interaktívne zážitky reprezentujúce 7 príbehov – hlavných produktových línií kraja ako turistickej destinácie: akčná zima, nočná obloha, poklady zeme, regionálne, stopy dejín, tajomné hrady a zážitkové vlaky. Súčasťou expozície bol aj atraktívny program:

prezentácie jednotlivých regiónov, ochutnávky regionálnych produktov, sedačková lanovka z Chopku s virtuálnou realitou, cyklodrezina z Čiernohronskej doliny, model historickej železničky, lavička šťastia, hudobné a tanečné vystúpenia, prezentácie remesiel, workshopy a súťaže. Počas podujatia sme absolvovali viacero rokovaní, partnerských a networkingových stretnutí, ktoré priniesli nové podnety na spoluprácu na zaujímavých projektoch. Prezentáciu organizačne aj finančne zastrešila KOCR BBKT v spolupráci s členskými OOCR.

1.4. Merkantil, prezentačno – propagačné nástroje

Podaktivita zahŕňa nástroje na podporu budovania imidžu destinácie a zapamätateľnosti destinačnej značky Za horami za dolami. Súčasťou výdavkov bol jednotné **reprezentatívne oblečenie** (dresscode) pre potreby prezentácie na veľtrhu ITF Slovkiatour, ale aj zabezpečenie **prezentačno propagačných nástrojov** ako beachflagy a bannery s dizajnmanuálom Za horami za dolami, a dizajnmanuálom členských OOCR. Slúžia na zviditeľnenie organizácií a imidžovú podporu prezentácie na vybraných verejných podujatiach, mediálnych aktivitách, tlačových konferenciách a ďalších verejných eventoch.
Venovali sme sa aj nákupu a predaju **tematického merkantilu** pre jednotlivé produktové línie (najmä Zážitkové vlaky a Tajomné hrady). Išlo napr. O omaľovánky s vlakovou tematikou, pamätné magnetky, vlajočky s názvami vláčikov, replikami historických prvkov (korunky, rytierske prilby ap.). Tento merkantil zatraktívnil vybrané produkty a podujatia (Kráľovská svadba na Pustom hrade vo Zvolene, zážitkové vlaky v BB kraji ap.).

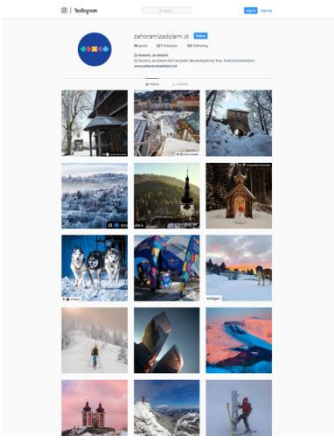
1.5. Celoročná propagácia destinácie (nákup mediálneho priestoru)

Podaktivita súvisí s realizáciou marketingových kampaní na podporu produktov cestovného ruchu v kraji a na budovanie imidžu turistickej destinácie Za horami za dolami – Banskobystrický kraj. Ide najmä o **nákup mediálneho priestoru** v tzv. **offline médiách** (časopisy, magazíny, printové periodiká, vysielací čas v rádiu, ev. v televízii ap.). Je to efektívne a cielené oslovovanie konkrétnej vybranej cieľovej skupiny, ktorú tvorí publikum (čitatelia, diváci) daného média. Zameranie je skôr na tradičné, konzervatívne publikum, stredné a vyššie vekové skupiny, ženy, so záujmom o kultúru, cestovanie, spoznávanie, vzdelávanie, tradície, históriu. V roku 2020 sa touto formou propagovala **kampaň** „Miestni Ti poradia najlepšie“ (rádiá Košice, Jemné, Čas), ako aj kampaň Akčná zima v kraji trvá 350 km, sezóna 2020/2021, Kampaň pre projekt Regionálne pulty (rádio Jemné, časopis Čarovné Slovensko a iné tituly).

V priebehu roka 2020 bolo vo vysielacom čase regionálnych, ale i národných médií (rádio, televízia: Regina, Hronka, RTVS, TA3, TV Markíza ai.) zaradených viac ako **13 reportáží** kde mala KOCR BBKT možnosť prezentovať top projekty a top ponuku cestovného ruchu kraja (napr. Zážitkové vlaky, Akčná zima – bežkovanie v kraji, nová Outdoor Active platforma, Regionálne pulty a iné témy). Zástupcovia KOCR BBKT boli prizývaní i do diskusných relácií so zameraním na odborné témy v oblasti podpory a rozvoja cestovného ruchu na Slovensku (TA3, Regina ai.).

1.6. Online marketing

V súčasnej dobe dominancie online prostredia ide o nosný nástroj propagácie a prezentácie ponuky v destinačnom marketingu. Efektívna a **cielená online marketingová komunikácia** poskytuje možnosti na účinné sledovanie, analyzovanie a vyhodnocovanie jednotlivých nastavení online komunikácie (komplexná analytika sledujúca ukazovatele ako napr. počet interakcií, počet unikátnych návštevníkov, počet relácií, dĺžku zotrvania na web stránke ap.). Primárnymi nástrojmi online marketingovej komunikácie sú **profily na sociálnych sieťach** (najmä Facebook, Instagram, Youtube), kde je možné účinne využívať i tzv. sponzorovanú reklamu a dostať tak propagovaný obsah k jeho cieľovej skupine, web stránka zahoramizadolami.sk a web stránky k vybraným produktovým líniám (pohronskahradnacesta, regionalnepulty, zazitkovevlaky ai.). Ďalšou oblasťou spadajúcou do tejto podaktivity je aj prezentácia (nákup mediálneho priestoru) na online portáloch, vyhľadávači Google, webbannerová reklama ap.



KOCR BBKT pracuje aj s viacerými profilmi na sociálnych sieťach, na Facebooku: Za horami za dolami, Regionálne pulty, Pohronská hradná cesta, Zážitkové vlaky (Zbojnícky, Banícky, Horehronský expres), Banskobystrický kraj Turizmus. Na Instagrame je to profil Za horami za dolami. Aktívna celoročná komunikácia vrátane tzv. PPC (pay per click) kampaní a sponzorovaných príspevkov zahŕňa kompletnú prezentáciu ponuky CR v kraji (všetky nosné produktové línie kraja, realizované projekty a aktivity, ponuku regionálnej CK, ponuku podujatí v kraji, ponuku regionálnych produktov a imidžového merkantilu v e shopoch ap.). V snahe budovať uvedomelé a vzdelané publikum, resp. potenciálnych návštevníkov kraja, sa veľká časť marketingovej komunikácie KOCR BBKT orientuje na promovanie trvaloudržateľných foriem CR s dôrazom na prírodný turizmus, na prezentovanie histórie, tradície, kultúry kraja a jeho jednotlivých regiónov. Neustále rastúce sledované marketingové ukazovatele potvrdzujú úspešné nastavenie komunikačnej politiky a tiež, že oslovované publikum má o tieto témy záujem.

Sledované marketingové ukazovatele webu a profilov na sociálnych sieťach:

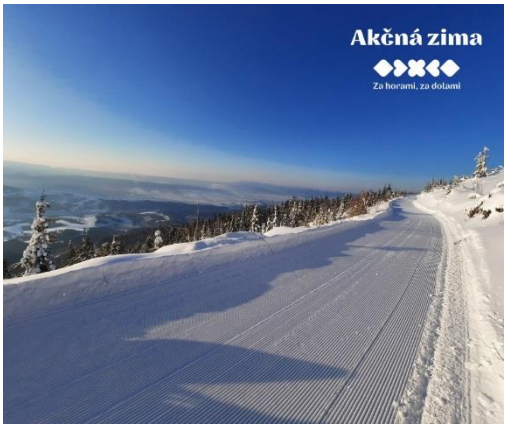
- nárast počtu fanúšikov profilu Za horami Za dolami na sociálnej sieti Facebook: december 2019 – december 2020: **+ 312 %**,
- Profil Regionálne pulty na Facebooku (zriadený v decembri 2019) za rok získal takmer **1400 fanúšikov**,
- Návštevnosť webu zahoramizadolami.sk bola v roku 2019: 4155 užívateľov, v roku 2020 je to už **81079 užívateľov**,
- Návštevnosť webu regionalnepulty.sk dosiahla v roku 2020 takmer **5800 užívateľov**, z toho až 72 % zavítalo na web počas priebehu našej vianočnej kampane,

V priebehu roka 2020 sa realizovali nasledujúce marketingové online kampane:

Akčná zima 2019/2020: Nosnou témou zimnej sezóny v kraji Za horami za dolami je Akčná zima. V sezóne 2019/2020 bol slávnostný úvod zimnej ski bus sezóny zahájený 4.1.2020, jazdou predsedu BBSK spolu so županom Novohradskej župy na Novohradskom skibuse z maďarského Šalgotarijánu do 4 podpolianskych zimných stredísk. Za prvý mesiac sme skibusmi prepravili 1200 cestujúcich. Skibusy jazdili počas víkendov, aktuálny grafikon bol dostupný na web stránke Zahoramizadolami.sk, ako aj na stránkach partnerských OOCR. Tému sme aktívne komunikovali v samostatnej sekcii "akčná zima" na web stránke, ako aj prostredníctvom sociálnych sietí.

Zaži v kraji Za horami, za dolami_ Natočené doma: Na jar sme reagujúc na okolnosti, ktoré priniesol vírus COVID-19 vyšli s kampaňou, ktorá pozostávala z 20-tich „doma natočených" videí. Hlavnými protagonistami v týchto krátkych videách boli samotní poskytovatelia služieb, ktorí tvoria produkty alebo zážitky predávané cez krajskú cestovnú kanceláriu (prostredníctvom destinačného portálu zahoramizadolami.sk). Spolu 20 amatérskych videí bolo verejnosťou veľmi dobre prijatých práve preto, že sa ľuďom prihovárali „neobyčajní obyčajní" ľudia, pre ktorých nie je prirodzené stáť pred kamerou – o to úprimnejšie tieto videá vyzneli. Kampaň bola aktívna na sociálnej sieti v čase od 28. apríla do 11. júna a celkovo videá mali spolu 131 550 vzhliadnutí.

Miestni ti poradia najlepšie: Kampaň prebiehala od polovice júla do polovice októbra. Ciele kampane boli dva: podporiť predaj zážitkov, ktoré predáva krajská cestovná kancelária. Druhým cieľom bol rast povedomia o Banskobystrickom kraji ako turistickej destinácii. Od začiatku projektu Za horami, za dolami sa pracuje s ambasádormi, cez príbehy a životy ktorých je Banskobystrický kraj prezentovaný ako turistická destinácia. Tento koncept je zachovaný aj v kampani Miestni ti poradia najlepšie. 8 ambasádorov, ktorých už verejnosť pozná a zároveň ktorí sami tvoria produkty do krajskej cestovnej kancelárie, pozývalo cez rôzne nosiče a kanály na web zahoramizadolami.sk. Do tohto webu bol pred letom integrovaný inovatívny systém chatbot, ktorý riadeným rozhovorom zistil preferencie návštevníka na spôsob trávenia voľného času v konkrétnom regióne a na základe toho mu ponúkol vhodný produkt cestovnej kancelárie. Chatbot bol v prvej fáze integrovaný do webovej stránky zahoramizadolami.sk a oblastných organizácií cestovného ruchu v kraji. Umožnil získať cenné dáta o správaní a preferenciách návštevníkov webu zahoramizadolami.sk. Okrem toho využitie tohto nástroja v práci so zákazníkom poslúžilo ako zaujímavý komunikačný moment, vďaka ktorému sa informácie o kampani dostali k širokej verejnosti. Kampaň prebiehala od polovice júla do konca augusta. O efektívnosti kampane svedčia nasledujúce výstupy: nárast počtu denných návštevníkov webu zahoramizadolami.sk - viac ako 25 krát /v referenčných dňoch zo 104 na 2494/ Na facebookovom profile ZA HORAMI, ZA DOLAMI sme zvýšili počet fanúšikov z 3916 /15. júla/ na 5 580 /15. októbra/, čo je zvýšenie o 42 %. Súčasťou kampane Miestni ti poradia najlepšie bola aj spolupráca s dvomi blogermi, ktorých sleduje spolu 53 tisíc fanúšikov (Milan bez mapy, Cestuj za menej).



Akčná zima 2020/2021: Zimná sezóna 2020/2021 bola intenzívne poznačená vplyvom pandémie a protipandemickými opatreniami. Hlavnou témou v oblasti cestovného ruchu boli výlety a aktívny oddych v prírode, s rešpektovaním všetkých aktuálnych protipandemických opatrení. Hlavnou témou kampane bolo bežkovanie v Banskobystrickom kraji, nakoľko má náš región skvelé a jedinečné prírodné podmienky na túto aktivitu. KOCR promovala takmer 50 rôznych okruhov a trás na bežkovanie dostupných na webstránke zahoramizadolami.sk v sekcii Akčná zima. Vďaka jedinečnej novinke – interaktívnej platforme Outdoor Active, ktorá ponúka komplexné informácie o daných trasách, mali návštevníci webu možnosť zistiť si detaily každej trasy (dĺžka, prevýšenie, náročnosť, profil trate, atraktivity v okolí) a stiahnuť si zdarma GPX do mobilu. Kampaň zahŕňala aj osvetu širokej verejnosti v podobe zdôrazňovania potreby prispievania úpravcom bežkárskych trás. Súčasťou kampane bol predaj špeciálnej edície čelenky so siluetou bežkára v kolekcii Za horami za dolami. Výťažok z predaja čelenky bude po skončení zimnej sezóny prerozdelený medzi úpravcov bežkárskych trás v Banskobystrickom kraji. Kampaň "Akčná zima v kraji trvá 350 kilometrov" sa okrem online priestoru realizovala aj v offline priestore.

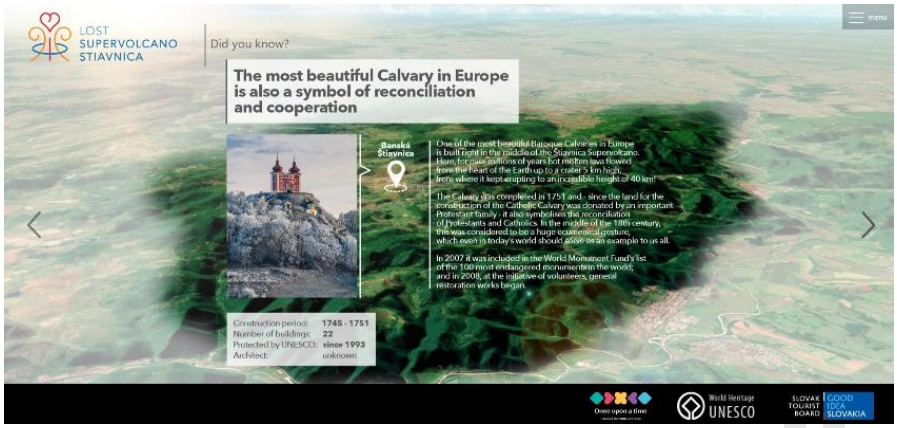
Regionálne pulty: KOCR BBKT zabezpečuje pre projekt Regionálne pulty (RABBSK, n.o.) komplexnú marketingovú podporu. V prvej vlne pandémie v mesiacoch máj a jún 2020 sa realizovala online kampaň s názvom Kúp a pomôž (10 príspevkov, dosah 42 tis. užívateľov). Ďalšie menšie kampane boli zamerané na poznanie regionálnych značiek (október – december, dosah 67 tis. užívateľov). V októbri 2020 spustila Rozvojová agentúra BBSK moderný **E - shop** na predaj regionálnych výrobkov od producentov z BBSK. KOCR BBKT zabezpečila komplexnú marketingovú podporu e shopu, ktorá v predvianočnom období zahŕňala online (aj offline) kampaň na podporu predaja výrobkov. Výstupy kampane do konca decembra 2020: 62 000 zobrazení, takmer 3500 interakcií.

1.7. Offline marketing

Súčasťou aktivít je podpora marketingového mixu realizovaným kampaniam aj formou nákupu reklamných plôch, najmä **billboardy, citylighty, bigboardy, digilighty** ap. V priebehu roka 2020 bola takto podporená kampaň „Miestni ti poradia najlepšie“ (50 billboardov a 24 citylightov). Umiestnenie po celom Slovensku, najmä krajské mestá SR, výber frekventovaných a dobre viditeľných lokácií za účelom dosiahnutia žiaduceho efektu kampane. Atraktívny vizuál prezentujúci jednotlivých ambasádorov kraja podporil komunikačné posolstvo kampane. Billboardová a citylightová kampaň (25 ks billboardy a 14 ks citylighty) podporila aj kampaň Akčná zima 2020/2021 a E shop Regionálnepulty.sk v závere roka 2020.

1.8. Marketing produktových línií

Štiavnica na export: Osobitou aktivitou finančne podporenou z dotácie MDV SR bola v roku 2020 realizácia projektu „Svetová Štiavnica”, resp. ”Štiavnica na export“. Ide o projekt so zameraním na B2B segment v zahraničí, ktorému sa predstavuje destinácia Banská Štiavnica a okolie. Projekt vychádza z jedinečností a unikátnych „svetových“ prvenstiev regiónu Banská Štiavnica, s ktorými je táto destinácia rozpoznateľná na mape sveta. Týkajú sa napr. prírodných unikátov (stratovulkán), kultúrno – historických jedinečností (najdlhšia ľúbostná báseň sveta – Marína, A. Sládkovič), banského svetového dedičstva ap. Cieľovou skupinou, ktorej je projekt určený, je odborná verejnosť v rôznych profesijných oblastiach (napr. filmový priemysel, médiá, cestovné kancelárie, cestovné agentúry, touroperátori, vedci, výskumníci, univerzity ap.). Projekt má potenciál byť prínosným pre tzv. kongresový resp. konferenčný CR, s pritiahnutím biznis klientely do destinácie za účelom napríklad zorganizovania odbornej konferencie, sympózia alebo iného stretnutia odbornej obce. V prípade subjektov CR (touroperátori, cestovné kancelárie, cestovné agentúry) môže ísť o zaradenie do katalógovej ponuky týchto subjektov na ďalšie sezóny, filmári/influenceri/médiá – tvorba imidžového materiálu o destinácii. Súčasťou projektu je okrem vzniku web platformy a promo videí aj adresný mailing na medzinárodnú odbornú obec s cieľom zaujať ich pozornosť a vzbudiť záujem o destináciu, s možným budúcim konkrétnym dopytom na destináciu predstavujúcim aj ekonomický prínos z dlhodobého horizontu. Projekt je



prezentovaný na portáli https://lostvolcanostiavnica.com/ a má pokračovanie aj pre roky 2021 – najmä adresné oslovovanie formou na mieru šitými „mailing listami".

Nosné produktové línie kraja: zahŕňajú: Akčné leto, Akčná zima, Šport, Regionálne, Zážitkové vlaky, Tajomné hrady, Konské putovanie, Stopy dejín, Nočná obloha, Poklady zeme, Živá príroda. RABBSK prostredníctvom cielených aktivít (systematická práca pracovných skupín, spolupráca s OOCR v kraji, rozvojové zámery na podporu produktov CR) pracuje na rozvojových aktivitách v jednotlivých produktových líniách. KOCR BBKT sa zameriava najmä na propagáciu a distribúciu konečných produktov návštevníkom v kraji. Tieto aktivity zahŕňajú kompletnú činnosť regionálnej cestovnej kancelárie, ako aj komplexný marketing, zhrnutý v tejto kapitole výročnej správy. Vybrané iné podporné aktivity na rozvoj produktových línií sú spomenuté v ďalších kapitolách.

2. Tvorba rezervačného systému - činnosť regionálnej cestovnej kancelárie

Cieľom založenia a prevádzkovania krajskej cestovnej kancelárie Banskobystrický kraj Turizmus (CK BBKT) je **dostať novovytvorené produkty/zážitky ku koncovému klientovi** a podporiť tak plnenie hlavného cieľa, t. j. zvýšenie návštevnosti a prenocovaní v kraji. Od začiatku roka 2020 pracovala cestovná kancelária intenzívne na tom, aby v spolupráci s oblastnými organizáciami CR vyzbierala najatraktívnejšie a najzaujímavejšie cestovateľské zážitky zo všetkých ôsmich regiónov Banskobystrického kraja, a aby sme Slovákom, ktorí zostali dovolenkovať minulé leto doma, ponúkli čo najkomplexnejšiu alternatívu a motiváciu stráviť letnú dovolenku práve v kraji zážitkov - v kraji Za horami, za dolami.
Prevádzku CK BBKT značne ovplyvnila situácia súvisiaca s protipandemickými opatreniami, ktorej sa musela činnosť CK prispôsobiť. Počas prvej vlny pandémie prebehla virtuálna kampaň na zážitky cestovnej kancelárie ako akási pozvánka (upútavka) na letnú sezónu. Našťastie sa pred letnou sezónou mohla CK spustiť v plnej prevádzke.

Na dizajne nových produktov, ich administratívnej príprave ako aj spustení predaja CK BBKT sme aktívne spolupracovali so siedmimi oblastnými organizáciami cestovného ruchu, lokálnymi podnikateľmi a producentmi, občianskymi združeniami a ďalšími partnermi. V oblasti B2B (business to business) cestovná kancelária ďalej úspešne rozbehla spoluprácu s najväčším slovenským cestovateľským portálom Pelicantravel.com s.r.o., ktorú naše zážitky zaujali natoľko, že ich zaradila do svojej ponuky. Nadviazali sme spoluprácu aj v oblasti prírodného turizmu s cestovnou kanceláriou Foodtour. Po úspešnej letnej sezóne sme pokračovali v príprave zimnej ponuky produktov kraja a spustení predaja zimných produktových balíčkov a zážitkov. Protipandemické opatrenia v závere roka však opäť pozastavili prevádzku CK.
Od januára do októbra 2020 ponúkla CK BBKT prostredníctvom oficiálneho destinačného portálu Banskobystrického kraja (www.zahoramizadolami.sk) na predaj **57 jedinečných a originálnych zážitkov**, ktoré svojím obsahom reprezentujú **produktové línie** typické pre náš kraj: (1) akčná zima, (2) akčné leto, (3) konské putovanie (4) nočná obloha, (5) poklady zeme, (6) regionálne, (7) stopy dejín, (8) tajomné hrady, (9) zážitkové vlaky, (10) živá príroda.
Ponukou CK sme reagovali na aktuálnu situáciu ovplyvnenú pandémiou a do predaja sme zaradili aj predaj viacdenných výletov alebo pobytov v kraji, na málo frekventovaných miestach, v spojení s prírodou. Ponuka sa tak rozšírila o 6 pobytových balíkov v regiónoch Horehronie a Podpoľanie.

Prehľad ponuky CK prezentuje tabuľka:

PRODUKTOVÁ LÍNIA 2020		POPIS	POČET ZÁŽITKOV	POČET KLIENTOV	OBRAT
1	TAJOMNÉ HRADY	V mesiacoch júl až október sa uskutočnilo 20 komentovaných prehliadok v 7 lokalitách, ktorých sa zúčastnilo 409 platiacich klientov. CK BBKT zaznamenala obrat v celkom objeme 2.050 EUR. Do konca roka 2020 plánujeme spustiť pilotný predaj produktu komentovaných prehliadok na južných prihraničných hradoch, konkrétne umožní zažiť inak hrad vo Fiľakove či zámok v Haliči.	7	409	5 818 €
2	ZÁŽITKOVÉ VLAKY	Horehronský expres, Zbojnícky expres, Banícky expres, Zubačka, KHT - Horehronský expres špeciál, Okruh 34 tunelov. Historické nostalgické vláčiky, ktoré prostredníctvom vlakových hercov prinášajú príbehy regiónov a ich histórie.	6	2391	27 000 €
3	AKČNÁ ZIMA	Zimný adrenalínový zážitok a fyzická aktivita v prírodnom prostredí.	pripravujeme		
4	AKČNÉ LETO	Letný adrenalínový zážitok a fyzická aktivita v prírodnom prostredí, ako napríklad splavovanie rieky Ipeľ a Muránka či skalolezenie na Kaľamárke.	3	30	378 €
5	STOPY DEJÍN	Obľúbeným produktom letnej sezóny vzhľadom na počet zakúpených vstupeniek 734 a generovaný obrat 2.532 EUR boli nočné prehliadky v regióne Stredné Slovensko. V mesiacoch júl – august 2020 mali účastníci príležitosť nazrieť okrem Banskej Bystrice aj do histórie mesta Zvolen a Zvolenského zámku, Kremnice, Hronseka či kláštora v Bzovíku. Divadelno-šermiarske vystúpenia Rytierov Vir Fortis tak priblížili verejnosti známe či menej známe udalosti a zaviedli ich aj na miesta, nie bežne dostupné, ako napríklad do krypty, bašty či podzemia. Ponuku komentovaných prehliadok uzatvára aj čiastočne inscenovaná prehliadka po stopách SNP v Banskej Bystrici – „Začnite s vysťahovaním!“	10	894	3 339 €
6	KONSKÉ PUTOVANIE	Putovanie k rozjímaniu v sedle kona v malebnej krajine.	pripravujeme		
7	ŽIVÁ PRÍRODA	Spoznávanie tajov a ponorenie sa do mystiky prírody.	pripravujeme		
8	NOČNÁ OBLOHA	Nočné putovanie za úkazmi tmavej nočnej oblohy v interiéri Krajskej hvezdárne a planetária v Žiari nad Hronom ako astrozážitok pre deti či komentovaná prehliadka pod holým nebom na hrade Šášov so sprievodným slovom hvezdárov.	4	62	1 584 €
9	REGIONÁLNE	Návrat k ľudovým tradíciám a remeslám, ktorý je podstatou produktovej línie Regionálne zaujal klientov z rôznych kútov Slovenska. K najdopytovanejším zážitkom patrili: ochutnávka vín a syrov pod hviezdami, návšteva u gazdu na podpolianskych lazoch či remeselné workshopy ako hrnčiarstvo a vyšívanie krivou ihlou.	18	139	2 051 €
10	POKLADY ZEME	Zvýšený záujem o vychádzky do prírody a pešiu turistiku podnietil k tvorbe až 13 náučno-vzdelávacích exkurzií so zameraním na históriu, botaniku, mykológiu, etnológiu a speleológiu. Stredne náročná túra bola obohatená o odborný výklad certifikovaného sprievodcu. Okrem pešej turistiky organizovanej v 5 regiónoch kraja: Gemer, Gron, Horehronie, Podpoľanie a Stredné Slovensko bol v obľube napríklad interaktívny workshop s baníckou tematikou či komentovaná prehliadka mesta zameraná na spoznávanie židovskej histórie.	9	39	379 €
	SUMAR		57	3964	40 549 €

Zdroj: Vlastné spracovanie KOCR BBKT, 2020

Klientsky najpopulárnejšou je produktová línia Zážitkové vlaky:

Vďaka vysokej návštevnosti počas predchádzajúcej sezóny v roku 2019 pokračoval unikátny projekt „Vlakom za zážitkom v Banskobystrickom kraji“ aj v letnej sezóne 2020. S prípravou portfólia produktovej línie Zážitkové vlaky začala cestovná kancelária CK BBKT už v septembri 2019, s predpokladaným termínom spustenia predaja v druhej polovici marca 2020. Nepriaznivá pandemická situácia zapríčinila oneskorené spustenie predaja a obmedzený počet jázd z pôvodného bohatšieho plánu 28 jázd na 16 skutočne odjazdených. Zrušili sa plánované piatkové jazdy cielené primárne na školské výlety. Pozitívom bolo naplnenie zámeru pokračovať v jazdách Horehronského expresu na dvoch už zabehnutých trasách (Brezno – Zbojská a späť; Brezno – Červená skala – Dedinky/Mlynky a späť) a rozšíriť produktovú líniu Zážitkové vlaky o minimálne jednu novú trasu s prepojením na turistické atraktivity v ďalších regiónoch kraja. V letnej sezóne 2020 boli zážitkové vlaky doplnené o dve nové trasy do regiónov Gemer, Stredné Slovensko a Banská Štiavnica. K Horehronskému expresu pribudli Zbojnícky expres (Brezno - sedlo Zbojská - Tisovec a späť) a Banícky expres (Zvolen - Banská Štiavnica - Kremnica a späť). Každý z troch historických expresov absolvoval po tri jazdy. Bonusom tohtoročnej sezóny boli mimoriadne zážitkové vlaky tzv. špeciály: Jazda storočnou parnou Zubačkou (spolupráca s OZ Zubačka) Horehronský expres špeciál (spolupráca s Klubom historickej techniky KHT pri železničnom depe Zvolen) a Okruh 34 tunelmi so zastávkou na 40. ročníku populárneho podujatia Kremnické Gagy (spolupráca s OZ vlaky.net). Cestujúci mali o zábavu postarané vďaka vlakovým hercom, ktorí si pre nich pripravili atraktívne predstavenie. Tematicko-historický a zároveň zábavno-náučný program podporil vďaka úspešnému projektu „Herci v zážitkových vlakoch“ v tomto roku aj Fond na podporu umenia, a to finančnou čiastkou 3.680 EUR (prijímateľ dotácie – OOCR Horehronie). Spusteniu vôbec prvej nostalgickej jazdy vláčikom predchádzalo zorganizovanie dvoch dobrovoľníckych upratovacích brigád. Ich zámerom bolo zatraktívniť prostredie železničných staničiek: Polomka, Heľpa, Červená skala a Tisovec. Vďaka revitalizácii sa podarilo oživiť napríklad exteriér, interiér a historické exponáty v Múzeu zubačky. Ruku k dielu priložili dobrovoľníci z radov zamestnancov KOCR, RABBSK, OOCR Horehronie, OOCR Gemer, pracovníci Železníc SR, OZ Zubačka a ostatní priaznivci historických vlakov. Historickými vláčikmi s kapacitou od 48 do 143 osôb sa prepravilo **2391 pasažierov 33 bicyklov a 15 kočíkov**. Dosiahol sa obrat v celkovom objeme 27.000 EUR. Vypredané vlakové spojenia počas celej sezóny svedčia o veľkej popularite tohto zážitkového produktu. Pozitívne vnímame najmä to, že **podiel dotovania projektu zážitkových vlakov sa znížil** z cca 60 % v roku 2019 na 40 % v roku 2020 a historické jazdy si získali toľko priaznivcov, že k úspešnému predaju sú potrebné len minimálne marketingové náklady. Nemenej pozitívny je aj fakt, že prevádzkovaním nostalgických jázd podporujeme občianske združenia, ktoré sa starajú o záchranu historických súprav a len vďaka nim je ešte možné tieto skvosty vidieť a ukázať návštevníkom. Po vzore minulého roka sa v mesiaci november 2020 uskutočnil **prieskum spokojnosti** klientov na trasách Baníckeho a Horehronského expresu (spolu 111 respondentov).

Ďalšie aktivity regionálnej CK: E shop: V septembri 2020 bol spustený vývoj a nasadenie eshopu na predaj suvenírov/merchu „Za horami za dolami“. Eshop ponúka návštevníkom webu možnosť výberu a kúpy z **ponuky 15 druhov tovaru** v kategóriách darčeky a suveníry, doplnky, oblečenie a športové potreby. KOCR BBKT zohľadňuje záťaž na životné prostredie a pracuje aj s ekologickými materiálmi a výrobkami z nich. V zimnej sezóne 2020/2021 bol spustený aj predaj špeciálnej čelenky na podporu úpravy bežeckých trás v BBSK. Čelenka s dizajnom Za horami za dolami mala doplnenú imidžovú siluetu bežkára. Výťažok z predaja čelenky bude určený úpravcom trás v kraji. Prehľad predaných produktov prostredníctvom E-Shopu do konca roku 2020 prezentuje tabuľka:

	PRODUKT	POČET PREDANÝCH KUSOV	OBRAT
1	TÚLAVÉ PONOŽKY	6	30 €
2	ZIMNÁ ČIAPKA	5	60 €
3	BUFFKA (multifunkčná šatka)	4	40 €
4	ŠNÚRKA NA KRK	3	90 €
5	VESELÝ POHÁR	1	1 €
6	LEGÍNY S DUŠOU PRÍRODY	1	45 €
	SUMAR	20	266 €

Zdroj: Vlastné spracovanie KOCR BBKT, 2020

V súvislosti s produktovou líniou „Nočná obloha“ sme s cieľom pomôcť **Krajskej hvezdárni a planetáriu Maximiliána Hella v Žiari nad Hronom** zabezpečili vydanie pamätnej eurobankovky pri príležitosti 300. výročia narodenie kňaza, matematika, fyzika a významného svetového astronóma 18. st. Maximiliána Hella. Predaj bol z dôvodu COVID opatrení realizovaný online formou prostredníctvom rezervačného systému cestovnej kancelárie BBKT, pričom tá v spolupráci s pracovníkmi planetária zabezpečila celý proces od zadania objednávky až po jej vyexpedovanie záujemcom. Do konca roka sa predalo **4 916 kusov bankoviek**.

3. Tvorba a podpora udržateľných produktov cestovného ruchu

Aktivity v danej oblasti zahŕňajú organizáciu, spoluorganizáciu alebo partnerstvo na realizovaní vybraných podujatí v kraji. Ide o podujatia, ktoré buď korešpondujú alebo priamo rozvíjajú nosné produktové línie kraja. Pri výbere podujatí, ktorých sa KOCR stáva partnerom /spoluorganizátorom, berie KOCR ohľad najmä na udržateľnosť podujatia, jeho bezprostrednú nadväznosť na produktové línie v kraji, jeho prínos k rozvoju regiónu a miestnej komunity (akási pridaná hodnota podujatia), ako aj ekonomický prínos v podobe potenciálu prilákať do regiónu návštevníkov, ktorí v ňom prenocujú a realizujú aj ďalšie výdavky v cestovnom ruchu. Z hľadiska geografického významu ide o podujatia najmä nadregionálneho až národného významu. Účelom aktivity je podporovať a prispievať k tvorbe atraktívnej ponuky produktov (podujatí) cestovného ruchu s dôrazom na ich udržateľnosť a rozvoj nosných produktových línií kraja. Cieľom

je prilákať návštevníkov do destinácie, dať im motív k návšteve, pričom snahou je, že v destinácii strávia viac ako jeden deň a prispejú tak k rastu výkonnosti CR (rast prenocovaní, tržieb ubytovacích zariadení, príjmov CR ap.)
V roku 2020 aktivitu značne ovplyvnila pandemická situácia, mnohé z plánovaných podujatí boli zrušené, čo ovplyvnilo aj plán aktivít KOCR BBKT a partnerských OOCR v tejto oblasti.

V úvode roka a počas letnej sezóny sa však podarilo zrealizovať viaceré z plánovaných aktivít z nasledovným prínosom:

Podobne ako v roku 2019 sme sa aj v roku 2020 podieľali na organizácii 4. kola IBU Cupu v Národnom biatlonovom centre v Osrblí na Horehroní. KOCR BBKT v spolupráci s OOCR Horehronie pripravili pre fanúšikov fanzónu s množstvom divácky atraktívnych aktivít (streľba na terče, predaj merkantilu, fotopoint ap.). Podujatiu sme zabezpečili aj marketingovú podporu a propagáciu na sociálnych sieťach a web stránke zahoramizadolami.sk. Medzinárodné podujatia takéhoto rozsahu vytvoria v regióne v priebehu jedného týždňa cca 3000 zahraničných prenocovaní.

V rámci zimnej sezóny 2019/2020 sme sa zúčastnili na outdoorových podujatiach, pričom väčšinou išlo o akcie so stabilným miestom v kalendári podujatí, ako je Big Air v Kremnici, Biela stopa na Skalke, Medzinárodné krňačkové preteky na Chopku – Juhu. Podporili sme aj podujatie Ľadolezenie na Skalke a Volejbal na snehu na Donovaloch. Forma prezentácie pozostávala prevažne z vytvorenia zázemia v identite „Za horami za dolami“ – nafukovací stan, tulivaky, imidžové kreslá. Program na stánku bol orientovaný na aktívnu prezentáciu ponuky kraja, interaktívne aktivity s návštevníkmi podujatí, predaj merkantilu ap. V letnej sezóne sme sa s destinačnou značkou ZA HORAMI, ZA DOLAMI vybrali k vybraných vodným plochám v kraji - Letná roadshow Za horami Za dolami. Navštívili sme vodné plochy: tajch Klinger v regióne Banská Štiavnica, Tajch v Novej Bani v regióne Gron, vodný areál v Holidayparku Kováčová v regióne Stredné Slovensko, pri nádrži Teplý vrch v regióne Gemer, a pri nádrži Ľuboreč v regióne Novohrad. Na jeseň sme podporili a aktívne sa zúčastnili aj na cyklistickom podujatí Okolo Slovenska.

K vlastným podujatiam/projektom, ktorých popularita a význam každým rokom rastie, patrí aj tzv. Krajská Gruntovačka v Banskobystrickom kraji. Gruntovačka má dvakrát ročne stabilné miesto v kalendári podujatí v kraji. Na jar sa koná v apríli pri príležitosti Dňa Zeme, na jeseň pri príležitosti svetového upratovacieho dňa v septembri. Tieto symbolické dni nás už tretím rokom inšpirujú k tomu, aby sme upratali pred turistickou sezónou a po turistickej sezóne. Jarná gruntovačka bola vzhľadom na aktuálnu situáciu individuálna. To znamená, že sme spolu s OOCR najmä prostredníctvom sociálnych sietí ľudí vyzývali, aby išli zodpovedne do prírody, spravili niečo pre svoje zdravie a zároveň odniesli nájdené odpadky. Komunikácia individuálnej gruntovačky bola zatraktívnená tým, že OOCR v kraji sa vzájomne vyzývali, kto vyzbiera viac odpadu. Spoločnými silami sme dosiahli čulý život na facebookových profiloch OOCR a na Za horami, za dolami. Vďaka tomu sme napriek nepriaznivej situácii dokázali tému gruntovačky zachovať s pôvodným posolstvom a splniť stanovený cieľ. Jesenná gruntovačka už prebehla v spolupráci so školami a dobrovoľníkmi, ale stále s prihliadaním na bezpečnosť a aktuálne opatrenia. Výsledkom bolo, že na jednom upratovacom mieste sa nezúčastnilo viac tried, ale len kolektív, ktorý spolu bežne trávi čas. Napriek tomu sa nám do jesennej gruntovačky zapojilo takmer **470 účastníkov** z radov žiakov a študentov z **11 škôl, ale aj dobrovoľníci**. Spolu vyčistili viac ako **70 kilometrov** turistických chodníkov a okolia v **10-tich**

turistických lokalitách a vyzbierali viac ako **3 tony odpadu**. Cieľom projektu Gruntovačka nie je len upratanie turistami vyhľadávaných lokalít, ale aj osveta v radoch detí a mládeže. Práve ich prístup a postoj k životnému prostrediu bude kľúčový pre ďalšie smerovanie enviro-témy a celkovo vplyvu človeka a jeho činnosti na našu planétu.

Vyvrcholením letnej sezóny bolo vlastné podujatie s názvom Kráľovská svadba na Pustom hrade vo Zvolene, podporujúce produktovú líniu Tajomné hrady a projekt Pohronská hradná cesta. Podujatie organizovala KOCR BBKT v spolupráci s OOCR Stredné Slovensko. Pôvodne boli v roku 2020 v pláne na hradných lokalitách až dve podujatia nadregionálneho významu, okrem Kráľovskej svadby aj stretnutie hrnčiarov na hrade Revište s názvom Glgáč. Kvôli vírusu COVID-19 sa podujatie Glgáč na Revišti neuskutočnilo. Podujatie Kráľovská svadba (5.9.2020) bolo s prihliadaním na protiepidemiologické opatrenia zorganizované s limitovaným počtom návštevníkov, program bol rozdelený do dvoch blokov (doobeda a poobede). Scenár podujatia priblížil kráľovskú svadbu, ktorá sa na Pustom hrade naozaj v roku 1246 uskutočnila. Celkovo podujatie prilákalo takmer **600** platiacich **návštevníkov**. Na jeho organizáciu sa podarilo získať aj 3500 eur z Fondu na podporu umenia. Súčasťou programu bol slávnostný historický pochod svadobčanov, inscenácia kráľovskej svadby, svadobná hostina, šermiarske a rytierske súboje, ukážky práce sokoliarov, koncert dobovej hudby, rytiersky súboj na koňoch, ktorý bol divácky nesmierne pútavý a stal sa vyvrcholením celého podujatia. Sprievodný program zahŕňal rôzne dobové interaktívne aktivity pre rodiny s deťmi (ukážky remesiel a dielne, dobové športové hry, kaukliari, ap.). Autentickú atmosféru dotvárala poľná kuchyňa s ponukou tradičných historických jedál. Mediálne výstupy a návštevnícke odozvy potvrdili kvalitu a úspešnosť nultého ročníka podujatia, v ktorom organizátori plánujú pokračovať aj v ďalších rokoch. Podujatie zaznamenalo výrazne pozitívne odozvy a spätné reakcie od návštevníkov, ako aj veľa mediálnych výstupov.

4. Podpora atraktivít danej lokality tak, aby sa stali stálou súčasťou ponuky cestovného ruchu

Aktivita zahŕňa všetky činnosti na podporu rozvoja cestovného ruchu v destináciách Banskobystrického kraja, s prioritným zameraním na nosné produktové línie kraja. Najmä v tejto oblasti ide o úzku spoluprácu a prepojenie KOCR BBKT s Rozvojovou agentúrou Banskobystrického samosprávneho kraja (RABBSK), BBSK a s partnerskými OOCR v kraji. Gro aktivít KOCR BBKT je orientovaných na marketingovú a komunikačnú podporu konkrétnych projektov a produktov CR. Vybrané rozvojové oblasti sú priamo podporované a financované aj z rozpočtu KOCR BBKT, buď z vlastných zdrojov alebo z dotácie MDV SR. Ku konkrétnym aktivitám patrí:

Podpora úpravy bežeckých tratí v BBSK v zimnej sezóne 2020/2021: aktivita zahŕňala spoluprácu so subjektami, ktoré sa starajú o úpravu bežeckých trás v kraji (samosprávy, športové kluby, lyžiarske strediská, občianske združenia). Spolupráca pozostávala z dodania obsahu pre interaktívnu platformu Outdoor Active (GPX trás, fotomateriál, opisy tratí), zo zabezpečenia aktuálnych informácií o stave tratí a ich údržbe a v neposlednom rade zo samotnej údržby a úpravy trás v kraji. Spolupráca so subjektami a zavádzanie systémového prístupu k údržbe ale najmä k financovaniu úpravy trás je jednou z priorít KOCR BBKT aj na ďalšie obdobia.

Areál Národného biatlonového centra v Osrblí (NBC): KOCR BBKT sa v spolupráci s RABBSK podieľala na príprave vytvorenia návštevníckeho zázemia a oddychovej zóny pre bežnú verejnosť v areáli NBC. Okrem zriadenia tzv. Biatlonovej obývačky (posedenie v interiéri NBC, umiestnenie almár s identitou ZHZD, umiestnenie prezentačno –

propagačných materiálov o turistickej ponuke kraja) zafinancovala KOCR BBKT nákup uzamykateľných skriniek pre bežkárov do šatní. Sprísnené protipandemické opatrenia zavedené ku koncu roka 2020 však výrazne obmedzili prevádzku biatlonového areálu pre verejnosť.

Revitalizácia interiéru Múzea zubačky v Tisovci: v produktovej línii Zážitkové vlaky sa KOCR BBKT v spolupráci so širokou skupinou partnerov (OOCR, O.Z. na záchranu nostalgických vlakov, miestni obyvatelia a dobrovoľníci) podieľala na úprave priestorov Múzea zubačky v Tisovci. Vďaka revitalizácii sa podarilo oživiť napríklad exteriér, interiér a historické exponáty v Múzeu zubačky.

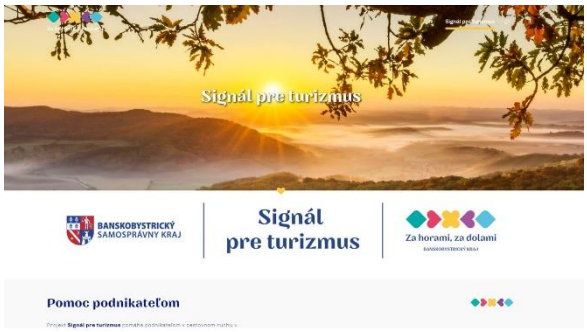
Chamkova stodola: výrazný mediálny úspech a záujem širokej verejnosti si zaslúžil projekt záchrany ikonickej Chamkovej stodoly na Horehroní. KOCR BBKT v spolupráci s OOCR Horehronie spustili dobrovoľnú zbierku cez portál Startlab, kde mohla široká verejnosť prispievať na opravu a revitalizáciu stodoly, ktorá pripomína tradičný život na Horehroní, spôsob hospodárenia a obrábania pôdy, lúk a pasienkov. Zbierka bola úspešná (vyzbieralo sa vyše 8 tis. eur) a v roku 2020 sa začalo aj s rekonštrukciou strechy a s ďalšími nevyhnutnými opravami na záchranu stodoly. Práce budú pokračovať aj v roku 2021. Zvyšok vyzbieranej sumy sa plánuje alokovať na ďalší zaujímavý projekt v regióne, ktorým je oživenie tradície saunovania v obci Šumiac.

5. Infraštruktúra cestovného ruchu

Aktivita sa realizuje najmä prostredníctvom BBSK a RABBSK (viac vo výročnej správe RABBSK). KOCR BBKT v roku 2020 alokovala financie na cykloturistické značenie aj z dotácie MDV SR v sume 5 tis. EUR. Vďaka možnosti dočerpať dotáciu do 31.3.2021 (opatrenie podmienené koronakrízou) sa značenie nových cykloturistických trás realizuje v prvom štvrťroku 2021. Pôjde o trasy: Pokútska dolina, Hrad Slovenská Ľupča, Ochtinská aragonitová jaskyňa. V roku 2020 sa realizovala aj rekognoskácia a pasportizácia vybraných cykloturistických trás. Turistické značenie sa realizuje v spolupráci s Klubom slovenských turistov prostredníctvom BBSK, ev. RABBSK.

6. Vzdelávacie aktivity

Do aktivity zahŕňame **členstvo** KOCR BBKT v **Asociácii organizácií cestovného ruchu** (AOCR). Ide o profesijnú organizáciu, ktorá združuje a háji záujmy organizácií cestovného ruchu na Slovensku. Zástupca KOCR BBKT je zastúpený v predsedníctve AOCR. Prínosom členstva v AOCR je aktívna participácia na tvorbe a zlepšovaní podmienok rozvoja CR na území Slovenska, účasť na partnerských dialógoch s MDV SR, SK8, ZMOS, ÚMS a inými organizáciami, participácia na legislatívnych procesoch (napr. novela zákona č. 91/2010 Z.z. o podpore CR) ai.



Súčasťou aktivity v roku 2020 bol aj projekt Signál pre turizmus, ktorý bol snahou o odpoveď na negatívne a nepriaznivé dopady koronakrízy na odvetvie CR. Na neočakávanú a nepriaznivú situáciu zareagovala KOCR BBKT spolu s RABBSK a partnerskými oblastnými organizáciami cestovného ruchu (ďalej aj OOCR) viacerými aktivitami.

Pre podnikateľské subjekty v CR sme zrealizovali **sériu webinárov** s odborníkom na tému: Praktické informácie o opatreniach zo strany Vlády Slovenskej republiky na zmiernenie dopadov koronakrízy na podnikateľov v cestovnom ruchu. Webináre zahŕňali prehľad štátnej pomoci určenej pre podnikateľské subjekty, informácie o príspevkoch pre zamestnávateľov, ktorí museli svoje prevádzky zatvoriť počas núdzového stavu, prehľad všeobecných podmienok pre všetky typy služieb a maloobchodných prevádzok. Súčasťou poskytnutých informácií bol aj prehľad web stránok zameraných na praktické a užitočné informácie pre podnikateľov i fyzické osoby, vzťahujúce sa k aktuálnej situácii ovplyvnenej pandémiou spôsobenou ochorením Covid - 19.Celkovo sa zrealizovali 4 webináre.

Pred letnou sezónou sme zrealizovali prieskum renomovanej agentúry FOCUS na vzorke vyše 1000 respondentov, ktorého cieľom bolo zistiť **dovolenkové a spotrebiteľské správanie Slovákov pred letnou sezónou 2020**. Výstupy sme poskytli členským subjektom OOCR, aby na základe týchto informácií mohli nastavovať svoje marketingové aktivity.

V spolupráci s OOCR v regiónoch sa KOCR BBKT zapojila do celoslovenského prieskumu dopadov COVID-19 na odvetvie cestovného ruchu realizovaného Asociáciou organizácií cestovného ruchu Slovenska. Výsledky prieskumu poukázali na hlavné dopady pandémie na podnikateľské subjekty, samosprávy ale aj fungovanie tretieho sektora a organizácií cestovného ruchu.

KOCR BBKT aktívne **spolupracuje so vzdelávacími inštitúciami**, najmä s Ekonomickou fakultou Univerzity Mateja Bela v Banskej Bystrici, alebo s Fakultou manažmentu Prešovskej univerzity v Prešove. Zástupcovia KOCR BBKT sú pozývaní na prednášky v rámci vyučovaných predmetov, oponujú záverečné práce, poskytujú informácie do záverečných prác, zúčastňujú sa na ich obhajobách a pod.

FINANCOVANIE

Príjmy KOCR BBKT pozostávajú z členských príspevkov od členských subjektov a z príjmov z podnikateľskej činnosti regionálnej cestovnej kancelárie. Ďalšími zdrojmi príjmov sú nenárokovateľná štátna dotácia Ministerstva dopravy a výstavby SR. Výška poskytnutej dotácie v roku 2020 bola na úrovni 99 473,31 EUR. Z Fondu na podporu umenia získala KOCR BBKT v roku 2020 dotáciu vo výške 3500 EUR na projekt Kráľovská svadba na Pustom hrade vo Zvolene. Projekt zavedenia platformy Outdoor Active bol v roku 2020 spolufinancovaný BBSK vo výške 10 000 EUR.

Prehľad členských príspevkov za roky 2019– 2020		
ČLEN	**Členský príspevok za rok 2020**	**Členský príspevok za rok 2019**
STREDNÉ SLOVENSKO	22172 €	19 381,20 €
TURISTICKÝ NOVOHRAD A PODPOĽANIE	12764 €	7 216,00 €
REGIÓN GRON	7184 €	7 501,87 €
REGIÓN HOREHRONIE	19250 €	14 387,00 €
Región Banská Štiavnica	8126 €	9 098,70 €
DUDINCE	8139 €	12 389,00 €
Banskobystrický samosprávny kraj	169600	120 000,00 €
SPOLU	**247 235,00 €**	**189 973,97 €**

ÚČTOVNÁ ZÁVIERKA ZA ROK 2020

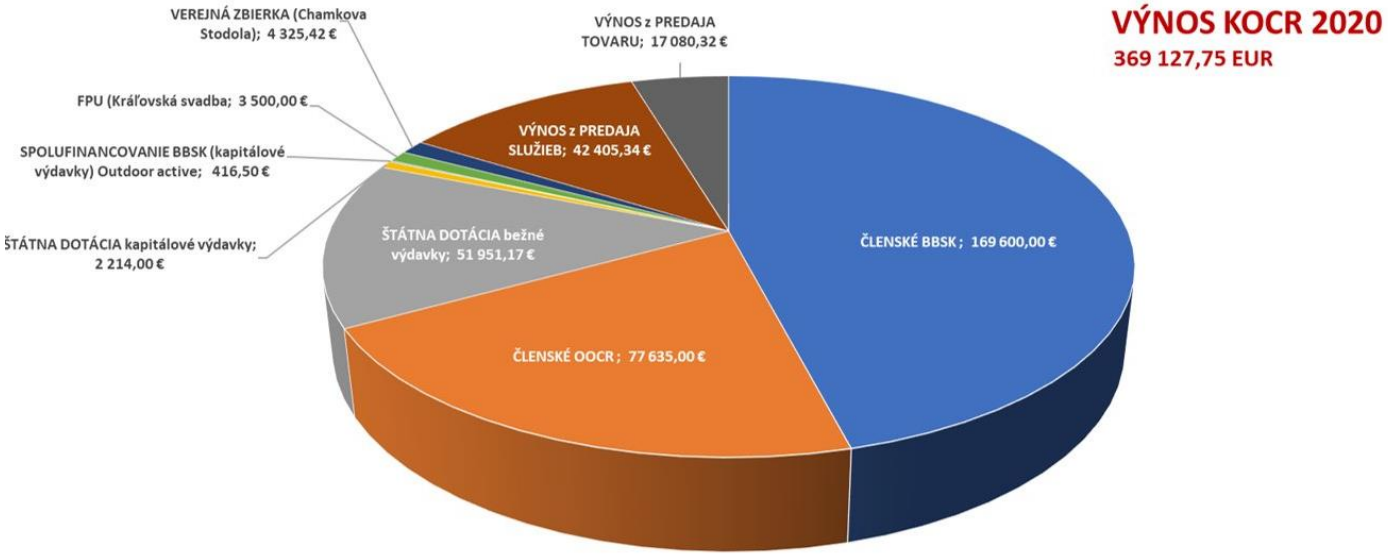
SÚVAHA k 31.12.2020 v EUR	
	Stav k 31.12.2020
Dlhodobý nehmotný majetok	20 341
Dlhodobý hmotný majetok	2 360
Dlhodobý finančný majetok	
NEOBEŽNÝ MAJETOK SPOLU	22 701
Zásoby	14 680
Dlhodobé pohľadávky	
Krátkodobé pohľadávky	29
Finančné účty	190 306
OBEŽNÝ MAJETOK SPOLU	205 014
ČASOVÉ ROZLÍŠENIE SPOLU	5 857
MAJETOK spolu	233 572
Imanie a peňažné fondy	
Fondy tvorené zo zisku	
Nevysporiadaný výsledok hospodárenia minulých rokov	145 116
Výsledok hospodárenia za účtovné obdobie	11 037
VLASTNÉ ZDROJE KRYTIA MAJETKU	156 154
Rezervy	1 556
Dlhodobé záväzky	90
Krátkodobé záväzky	17 146
Bankové výpomoci a pôžičky	
CUDZIE ZDROJE	18 792
ČASOVÉ ROZLÍŠENIE	58 627
VLASTNÉ ZDROJE A CUDZIE ZDROJE SPOLU	233 572

VÝKAZ ZISKOV a STRÁT K 31.12.2020 v EUR			
NÁKLADY	Hlavná činnosť	Zdaňovaná činnosť	Spolu
Spotreba materiálu	15 803	25	15 828
Spotreba energie			
Predaný tovar		8 185	8 185
Opravy a udržiavanie	3 963		3 963
Cestovné	1 441		1 441
Náklady na reprezentáciu	5 191	23	5 214
Ostatné služby	247 725	1 398	249 123
Mzdové náklady	43 642	3 498	47 140
Zákonné sociálne poistenie a zdravotné poistenie	14 752	1 210	15 961
Ostatné sociálne poistenie			
Zákonné sociálne náklady	1 301		1 301
Ostatné dane a poplatky	5		5
Iné ostatné náklady	1 726	159	1 885
Odpisy dlhodobého nehmotného majetku a dlhodobého hmotného majetku	4 803		4 803
Zostatková cena predaného dlhodobého nehmotného majetku a dlhodobého hmotného majetku			
Tvorba a zúčtovanie opravných položiek	2 035		2 035
Poskytnuté príspevky organizačným zložkám			
Poskytnuté príspevky iným účtovným jednotkám	700		700
NÁKLADY SPOLU	343 087	14 497	357 585
VÝNOSY	Hlavná činnosť	Zdaňovaná činnosť	Spolu
Tržby za vlastné výrobky			
Tržby z predaja služieb	42 398		42 398
Tržby za predaný tovar		17 080	17 080
Iné ostatné výnosy	8		8
Tržby z predaja dlhodobého nehmotného majetku a dlhodobého hmotného majetku			
Výnosy z dlhodobého finančného majetku			
Prijaté príspevky od fyzických osôb			
Prijaté členské príspevky	247 235		247 235
Príspevky z podielu zaplatenej dane			
Prijaté príspevky z verejných zbierok	4 325		4 325
Dotácie	58 081		58 081
VÝNOSY SPOLU	352 047	17 080	369 127
VÝSLEDOK HOSPODÁRENIA PRED ZDANENÍM	8 960	2 583	11 543
Daň z príjmov	505		505
Dodatočné odvody dane z príjmov			
VÝSLEDOK HOSPODÁRENIA PO ZDANENÍ	8 455	2 583	11 037

Hospodársky výsledok za podnikateľskú činnosť (zdaňovanú) je daňová povinnosť vo výške 505,22 EUR splatná 31.06.2021.

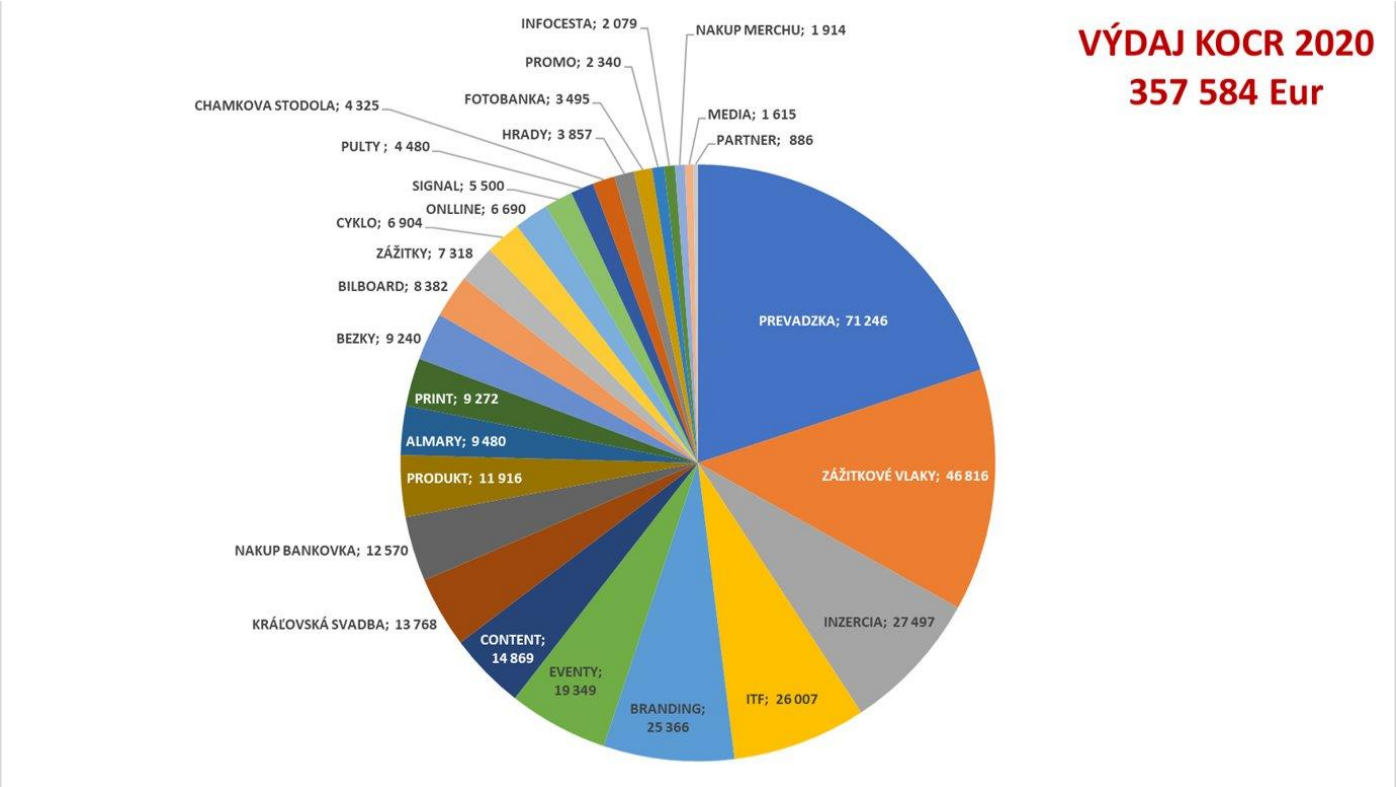
Nasledujúce grafy zobrazujú konkrétnejší detail:

Graf 1: Výnosy KOCR BBKT 2020



K hlavným kategóriám v rámci výnosov patria členské príspevky (BBSK, OOCR v kraji) a štátna dotácia (z dôvodu predĺženia možnosti čerpania dotácie do 31.3. 2021 je vo výnosoch za rok 2020 len časť relevantná pre tento rok).

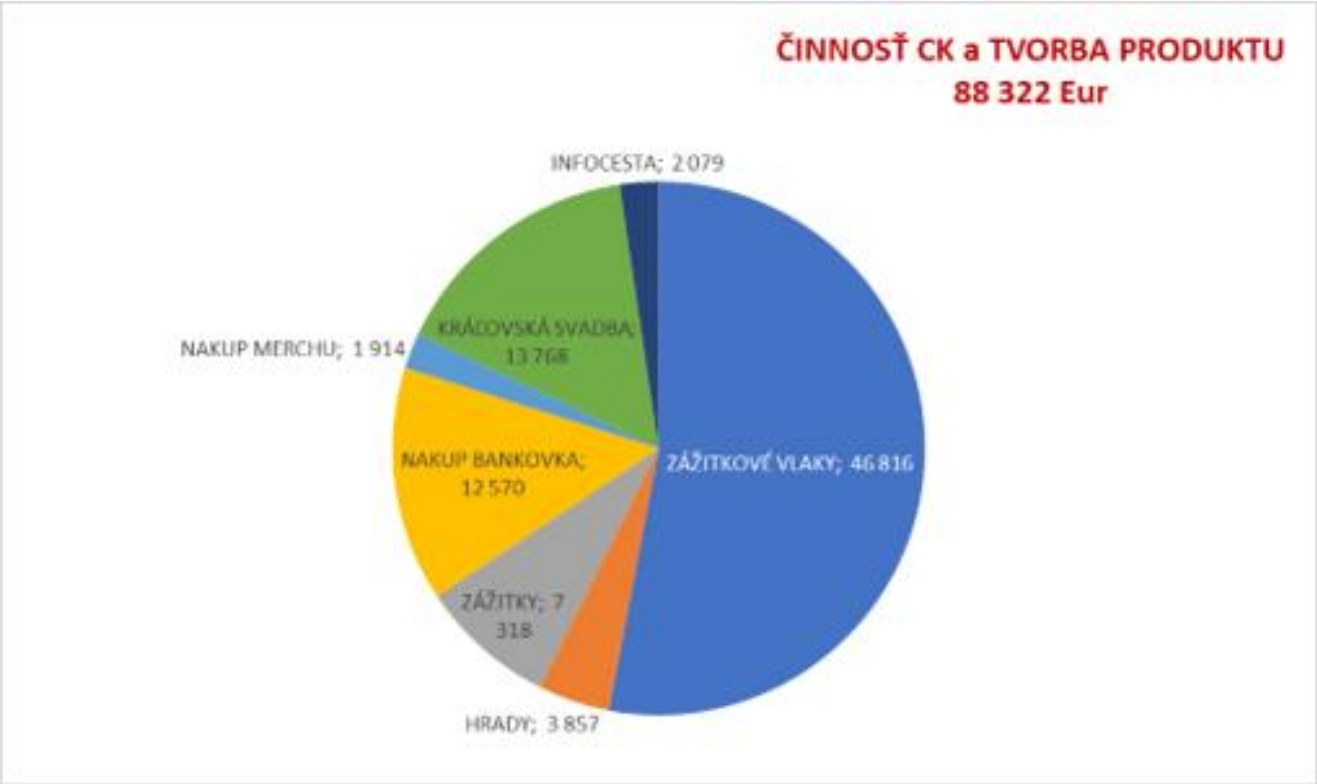
Graf 2: Výdaje KOCR BBKT 2020



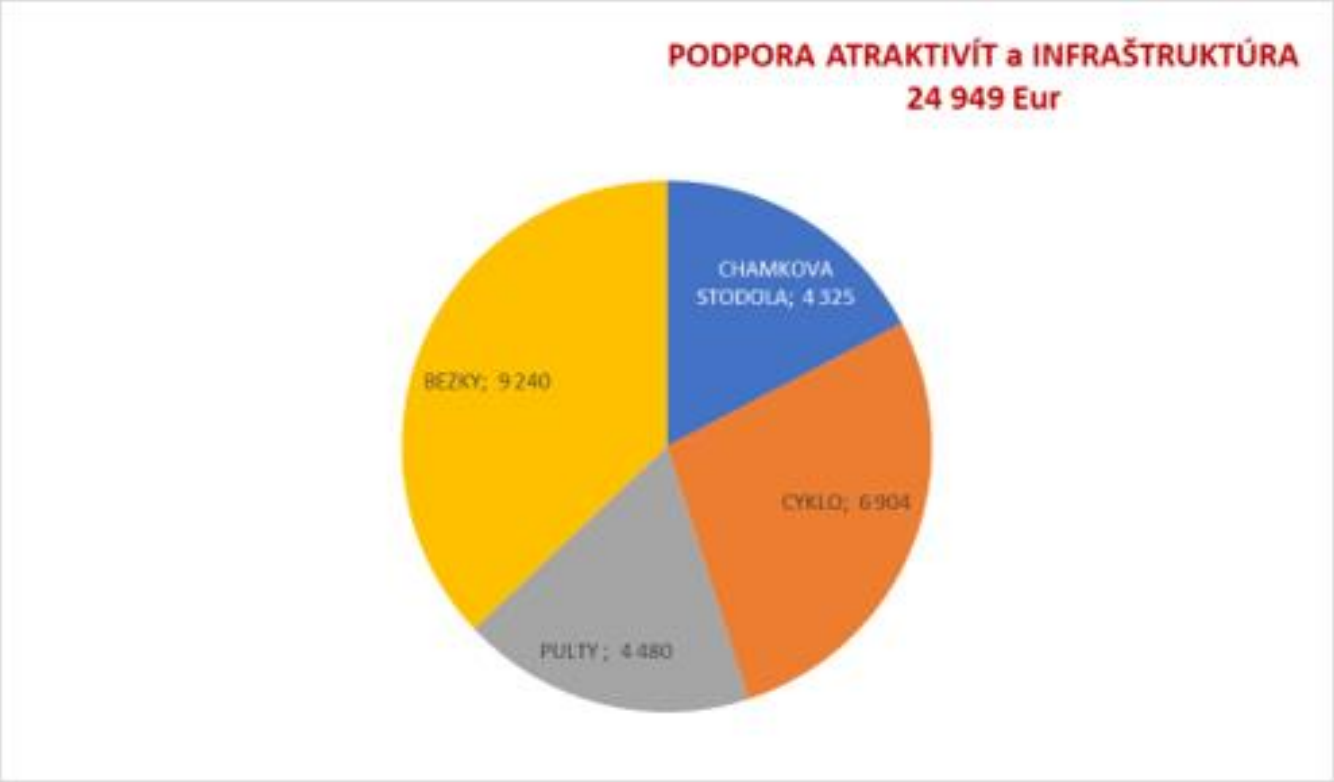
Graf znázorňuje výdaje podľa účtovných stredísk KOCR BBKT, obsahovo sú aktivity detailne spísané v jednotlivých kapitolách Správy o činnosti.

Graf 3: Účtovné strediská v aktivite „Marketing a propagácia“

Graf 4: Účtovné strediská v aktivite „Činnosť cestovnej kancelárie a tvorba produktu“



Graf 5: Účtovné strediská v aktivite „Podpora atraktivít“ a „Infraštruktúra“



Graf 6: Účtovné strediská v aktivite „Prevádzka“ a „Vzdelávacie aktivity“