

VÝROČNÁ SPRÁVA

OOCR Visit Košice 2022

ZÁKLADNÉ ÚDAJE O ORGANIZÁCII

Visit Košice je oblastná organizácia cestovného ruchu založená na základe Zákona č. 91/2010 o podpore cestovného ruchu zapísaná v registri OCR Ministerstva dopravy a výstavby SR pod číslom 09668/2012/SCR dňa 28.2.2012.

Adresa: Hlavná 59, 040 01 Košice

IČO: 42247632

DIČ: 2023458745

Bankové spojenie: Prima Banka Slovensko

ORGÁNY ORGANIZÁCIE

- Predstavenstvo
- Dozorná rada
- Valné zhromaždenie

PREDSTAVENSTVO

Zástupca		Názov komory
Mgr. Marcel Gibóda predseda predstavenstva	Mesto Košice	Obec
Ing. Tomáš Jančuš, PhD. podpredseda predstavenstva	Letisko Košice	Dopravcovia
Miroslav Šrámek	Congress Hotel Centrum	Ubytovacie zariadenia
Peter Škripko	Hostinec a Camelot	Reštaurácie, vinotéky, bary, kaviarne

Zástupca		Názov komory
Mgr. Igor Holéczy	Detská železnica Košice	Atraktivity a podujatia
Ľuboš Grajcár	John the B tour	Incomingové CK a agentúry
Ing. arch Michal Hladký, ArtD.	Creative Industry Košice	Medzisektorové spolupráce a iné

DOZORNÁ RADA

- Mgr. Martin Seman - predseda
- PhDr. Róbert Schwarcz - člen
- Mgr. Ján Melich - člen
- Ing. Richard Koščo - člen (do 29.6.2022)
- Ing. Erik Horváth - člen (od 29.6.2022)

VALNÉ ZHROMAŽDENIE

Názov komory	Počet členov v komore
Mesto Košice	1
Ubytovacie zariadenia	5
Poskytovatelia reštauračných služieb	9
Vinotéky, bary, kaviarne	2
Atraktivity a podujatia	35
Dopravcovia	2
Incomingové cestovné kancelárie a agentúry	2
Mezisektorové spolupráce a iné	3

MARKETINGOVÉ AKTIVITY

Naším zámerom je stále efektívnejšie vyvíjať aktivity smerujúce k zvyšovaniu počtu návštevníkov a k predĺženiu ich pobytu, tvoriť zastrešujúci marketing, koordinovať a jednotne komunikovať aktivity, a sústrediť sa na tvorbu a podporu komplexnejších a dlhodobo udržateľných produktov cestovného ruchu. Pokračujeme v budovaní nadnárodne rozpoznateľnej značky destinácie, zbierame dáta a vyhodnocujeme ich vo vzájomnej koherencii s členmi, odborníkmi a inými subjektami. Pokračujeme v práci na strategických a koncepčných riešeniach, hľadáme nové perspektívy a možnosti podpory Košíc spolu s našimi členmi.

2.1. NOVÁ VIZUÁLNA IDENTITA

Nová vizuálna identita sa tvorila a aplikovala postupne **v zmysle komunikačnej stratégie**. Obsahuje **grafické vizuálne prvky**, ktoré v spojení s hlavným posolstvom stratégie vystihujú "živost" Košíc. Okrem grafických prvkov vychádzajúcich zo známych košických ikon či fotografií zachytávajúcej emóciu a život v meste je súčasťou novej vizuálnej identity aj **aktualizované logo**, ktoré vo svojej novej zjednodušenej podobe dáva priestor vyniknúť obsahu ako takému.

Spoločne s grafickým dizajnérom sme taktiež tvorili a vytvorili praktické grafické šablóny pre interné aj externé účely, najvýraznejšími sú práve šablóny rôznych formátov pre sociálne siete. Tie sme začali hneď používať a s postupne tvorenou vizuálnou identitou, či na základe odporúčaní od odborníkov a spätnej väzby od publika ich ešte vylepšujeme.

Novej vizuálnej identite sme okrem digitálnych a tlačených propagačných materiálov čiastočne prispôbili aj interiér informačného centra Visit Košice Infopoint, a to prostredníctvom viacerých priestorových prvkov. Samotný vstup do informačného centra z Hlavnej ulice označuje reklamný totem s dvojjazyčnými mapami centra mesta a LED displejmi, ktoré pútajú pozornosť okoloidúcich už z diaľky. V samotnom interéri sa zase návštevníci stretávajú s novou vizuálnou identitou vo forme rôznych informačných tabúl, tlačených materiálov či výrazného loga na závese. V tomto roku sme tiež pripravili nové dizajny pre reklamné nosiče, rollupy, fotostenu, a nový dizajn pre cyklokiosk, ktorý budeme v roku 2023 aplikovať. Aj touto formou postupne dosahujeme jednotné vnímanie značky v online a offline komunikácii.

Nová brandová prezentácia Visit Košice

Pri príležitosti pracovnej cesty na EXPO 2022 Dubaj vznikol nový prezentačný materiál destinácie, ktorého cieľom bolo odkomunikovať Košice ako živé pulzujúce mesto otvorené turistom. Materiál radi upravíme aj podľa potrieb členských subjektov, partnerov a firiem, ktoré majú taktiež príležitosť prezentovať Košice na rôznych podujatiach.

2.2. ONLINE MARKETING

Online marketing Visit Košice realizujeme prostredníctvom troch komunikačných línií:

1. **Brand awareness**, resp. podpora poznateľnosti značky destinácie a produktu, je komunikačná línia, ktorou sledovateľom na sociálnych sieťach (YouTube, Facebook a Instagram) ponúkame prehľad o rôznorodých možnostiach trávenia voľného času v Košiciach, a to v rôznych formátoch. Cieľom je postupné a nepretržité zvyšovanie povedomia o Košiciach ako o atraktívnej dovolenkovej destinácii pre cieľové skupiny rodín s deťmi, pre aktívnych ľudí či záujemcov o gastro a leisure segmenty.
2. **Traffic kampane** tvoria samostatnú komunikačnú líniu, ktorej cieľom je zvyšovanie návštevnosti na webe www.visitkosice.org. Sledovateľom na sociálnych sieťach ponúkame obsah, ktorým ich motivujeme k získavaniu ďalších informácií o destinácii práve na webstránke organizácie. Vďaka návštevnosti webových stránok tak získavame o užívateľoch ďalšie hodnotné dáta o ich ostatných záujmoch.
3. **Engagementové kampane**, teda kampane zamerané na interakciu s publikom zvyšujú povedomie o značke a zapojenie cieľových skupín do online aktivít značky. Publikum sa tak s väčšou pravdepodobnosťou stáva vhodným kandidátom pre kúpu produkty a služby. Túto komunikačnú líniu teda využívame na intenzívnejšie zapájanie publika do rôznych súťaží, hlasovaní či diskusií prostredníctvom príspevkov na Facebooku a Instagrame.

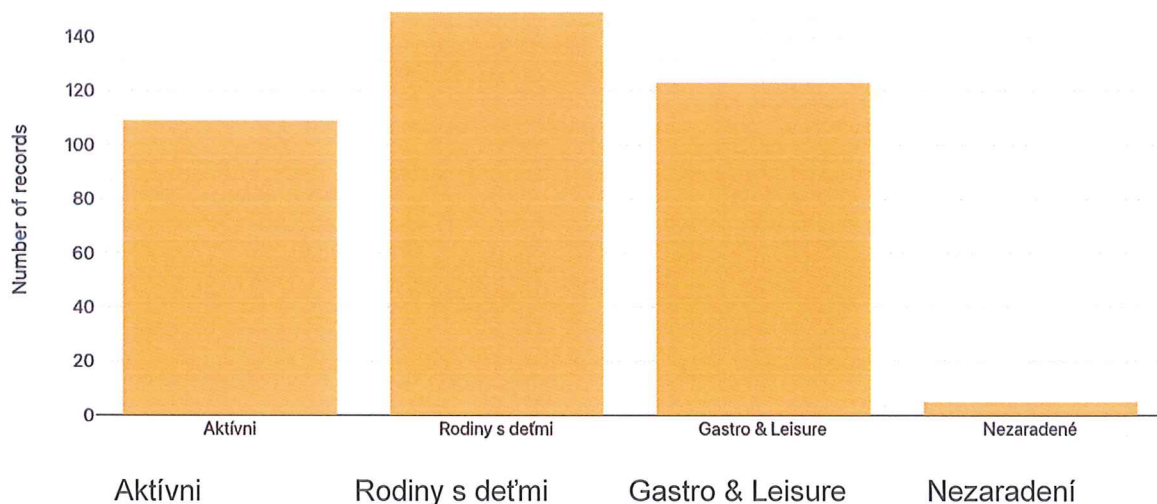
Základné piliere online marketingu:

- **Plnenie KPI – Zvyšovanie počtu prenocovaní**
Zámerom každej komunikačnej línie je pozývať návštevníka do Košíc minimálne na jednu noc. Častokrát preto vytvárame programové tipy tak, aby boli výlet či dovolenka pre publikum dostatočne atraktívne počas viacerých dní a ich plánovanie bolo jednoduché.
- **Priblíženie sa k návštevníkom**
Z Bratislavy do Košíc je to síce iba necelých 5 hodín, no ľuďmi zo západného a aj stredného Slovenska sme stále vnímaní ako destinácia "priveľmi ďaleko". Ponuku a značku mesta preto komunikujeme tak, aby sme sa potenciálnym návštevníkom "čo najviac priblížili" a cesta do Košíc pre nich viac nebola mentálnou bariérou.
- **Živé mesto**
Stavebným prvkom každej marketingovej aktivity organizácie je aj samotná tvorba obrazu živého a autentického mesta, v ktorom sa neustále niečo deje. Tento imidž Košíciam tvoríme v online priestore predovšetkým prostredníctvom živých obrazov (fotografií a videí) a textov, ktoré okrem praktických informácií popisujú miesta a zážitky Košíc s cieľom vtiahnuť čitateľa do atmosféry aktuálneho diania v meste.

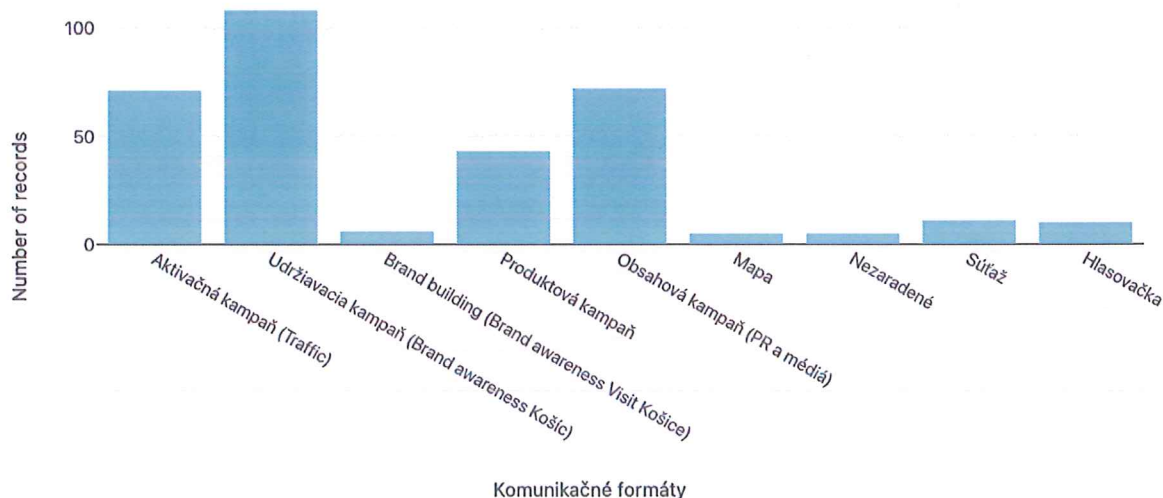
Systematizácia a pravidelné vyhodnocovanie

Samotný obsah online marketingových aktivít vyhodnocujeme v platforme Airtable. Aktivitu rozdeľujeme na bežnú komunikáciu na Facebook a Instagrame, celoročné kampane, zoznam PR a média výstupov, a Košický detský pas ako samostatnú produktovú líniu. Automatizovanú databázu grafických a textových podkladov s jednotlivými zadaniami tvoríme od minulého roka. Každá aktivita, každý záznam obsahuje dátum, textovú časť obsahu, link na výstup, formát, výšku kreditu, ktorou bol daný formát podporený, popis komunikačnej línie, kľúčové slová, cieľ kampane, jazykovú verziu, ročné obdobie až po identifikáciu členských subjektov, ktoré sú súčasťou daného výstupu. Získavame tak jedinečnú databázu všetkých výstupov, zoradenú chronologicky podľa mesiacov a rokov, ktorá slúži na prípravu reportov a recykláciu obsahu, vyhodnotenie a zber dát a samozrejme prehľad o komunikovaní a propagácii členov. V platforme Airtable taktiež archivujeme všetky plnenia našich dodávateľov.

Graf rozdelenia postov na Facebooku podľa cieľových skupín



Graf rozdelenia postov na Facebooku podľa komunikačných formátov



Online kampane a platené príspevky

Okrem samotného redakčného plánu, ktorého celkový počet príspevkov (bežných aj platených) predstavoval 278 postov na sociálnych sieťach za uplynulý rok 2022 realizujeme aj tematické online kampane, ktoré majú väčší dosah na potenciálnych návštevníkov.

Prehľad kampaní počas roka 2022

- EHF Euro 2022
- Košický detský pas až k vám domov
- Košická noc múzeí a galérií
- Víno je odpoveď
- Dni mesta Košice
- Preteky okolo Slovenska
- Biela Noc
- Medzinárodný Maratón Mieru
- Nový destinačný spot
- Podpora gastro prevádzok v Košiciach
- Článok múzea a galérie
- Košické rozprávkové Vianoce

Prehľad platených príspevkov na Facebooku počas roka 2022

Mesiac	Platené príspevky	Dosah (zaokrúhlene)
Január	15	97 800
Február	19	107 400
Marec	24	86 400
Apríl	25	103 000
Máj	21	161 600
Jún	20	175 400
Júl	16	130 000

August	18	454 000 (vrátane kampane Košický detský pas)
September	18	342 400 (vrátane kampane Košický detský pas)
Október	14	90 000
November	22	176 000
December	16	767 400 (vrátane 4 kampaní)
SPOLU	228	2 691 400

Kalendár podujatí

Na našom novo-vzniknutom webe www.visitkosice.org sa nachádza podstránka *Kalendár podujatí*, na ktorej pravidelne zverejňujeme aktuálne podujatia v Košiciach. V kalendári zverejňujeme udalosti rôzneho druhu, ktoré majú potenciál osloviť návštevníkov, potenciálnych návštevníkov aj domácich, prioritne sa však pri rešerši sústreďujeme na aktivity členskej základne. Najatraktívnejšie podujatia z pohľadu potenciálnych návštevníkov zobrazujeme na domovskej stránke webu, a označujeme ich štítkom TOP.

Kalendár podujatí pravidelne podporujeme aj prostredníctvom sociálnych sietí, čím sa snažíme rozšíriť povedomie o tejto stránke a široké publikum tak naučiť používať Kalendár podujatí na webe www.visitkosice.org ako prioritný zdroj vyhľadávania týchto informácií

2.3. MARKETINGOVÉ KAMPANE

Košický detský pas

Košický detský pas má za sebou už druhú, veľmi úspešnú sezónu. Každým rokom pripravujeme novinky, tento rok to bol samotný maskot Buki a jeho roadshow a Košický detský pas v anglickom jazyku pre zahraničných návštevníkov, čomu bude prispôbená aj jazyková verzia webovej stránky.

Cieľom kampane bolo zvýšiť povedomie o Košickom detskom pase v rámci relevantných regiónov Slovenska a zvýšenie počtu prenocovaní rodín s deťmi. Kampaň sme tento rok spustili na Facebooku a Instagrame, Googli, a novinkou boli aj video formáty s animáciou dobrodruha Bukiho. Počas letnej kampane sme spustili **online súťaž o 24 Bukiho balíčkov** v piatich tematických kategóriách a to: balíčky pre zvedavé hlavičky, pre neposedných dobrodruhov, pre milovníkov zelene, pre malých veľkých umelcov a pre pravekých bádateľov. O balíčky bol v online priestore vysoký záujem, čo sa prejavilo aj na počte interakcií engagementovej kampane.

Výsledky kampane na Google Ads:

- 5 601 693 zobrazení reklamy
- 31 963 preklikov z reklamy
- 14 783 unikátnych návštev webu

Na Facebooku sme zaznamenali **1 676 838 impresií** a celkovo sme spolu dosiahli až **7 926 645 impresií**, teda zobrazení všetkých kampaňových formátov. Vďaka tomu považujeme aj tohtoročnú kampaň za úspešnú. Podporou k digitálnym formátom boli aj offline aktivity, reklamné nosiče a séria návštev maskota Bukiho u členských subjektov s cieľom oživiť príbeh Košického detského pasu v offline svete. V budúcom roku plánujeme zoptimalizovať landing page www.kosickydetskypas.sk a znova nadviazať na spoluprácu s influencermi relevantnými pre túto cieľovú skupinu.

Noc múzeí a galérií

Na základe oslovenia komory atraktivít sme v spolupráci s našimi členmi aj tento rok podporili návštevníkmi obľúbený formát Noc múzeí a galérií. V rámci propagácie Noci múzeí a galérií sme pripravili key vizuál a z neho vycáhajúce grafické podklady ako plagáty, bulletiny a onlinové formáty na sociálne siete, tlačovú správu a FB podujatie. Pripravili sme tiež mapu na stránkach www.mapotic.com a celý program sme aj s odkazom na mapu propagovali na hlavnej stránke www.visitkosice.org.

Počas podujatia bol otvorený aj Visit Košice Infopoint, kde zaškolený personál návštevníkov informoval o programe Noci múzeí a galérií, sprístupnená bola aj multimediálna miestnosť. Kampaň na podujatie bola spustená od 6. do 14. mája 2022. Kampaňou sme zasiahli **32 904 unikátnych užívateľov**, ktorým sa **reklama zobrazila 123 697-krát**.

Destinačná kampaň na podporu leteckého spojenia Praha – Košice

Na základe iniciácie Visit Košice, Krajská organizácia cestovného ruchu Košice región turizmus v spolupráci s našou organizáciou v polovici mesiaca jún spustila Letnú destinačnú kampaň na podporu domáceho cestovného ruchu. Tentoraz je kampaň postavená na hrdosti, ukázať, čo si v Kraji sveta každý môže nájsť. Letná destinačná kampaň je úzko prepojená s kampaňou na podporu leteckého spojenia Praha – Košice, vďaka čomu destinácia aktívne posilňuje svoje postavenie na českom trhu.

Kampaň Po trailech přes hory

Na základe oslovenia naším členským subjektom KECY sme v spolupráci Krajskou organizáciou cestovného ruchu Košice región turizmus realizovali infocestu na aktívne zameraných návštevníkov Košíc a regiónu. V športovom seriáli "Po trailech přes hory" odprezentujeme cyklotraily v Košiciach i Košickom kraji. Seriál bude odvysielaný na jar 2023 na ČT sport a Šport RTVS.

Kampaň MMM

Na základe oslovenia naším členským subjektom Progress Promotion sme v spolupráci s organizátormi Medzinárodného maratónu mieru pripravili infocestu pre bežkyňu Oľenu Burkovskú z Ukrajiny, ktorá v roku 2009 Medzinárodný maratón mieru vyhrala. Tento rok sa ako utečenka na jeho štart symbolicky postavila znova. Okrem spustenia online kampane

sme tiež v spolupráci s kameramanom pripravili animovanú mapu košického Minimaratónu so zobrazením jednotlivých záujmových bodov, ktorá sa v kampani používala.

2.4. TLAČOVÉ VÝSTUPY

V tomto roku sme pripravili tri tlačové správy, pri príležitosti Košickej Noci múzeí a galérií, tlačovú správu k otvorení letnej sezóny vo Visit Košice Infopointe spojenú s tlačovou konferenciou, a tlačovú správu k vyhodnoteniu letnej turistickej sezóny.

Tlačová konferencia k otvorení letnej sezóny vo Visit Košice Infopoint

Koncom mesiaca jún sme za prítomnosti štátnej tajomníčky Ministerstva dopravy a výstavby, a zástupcov národnej agentúry Slovakia Travel zorganizovali oficiálne otvorenie informačného centra Visit Košice Infopoint spolu s otvorením letnej turistickej sezóny. Pred samotnou tlačovou konferenciou sa konalo neformálne stretnutie s novinármi, ktorého cieľom bolo budovanie vzťahov a lepšie pochopenie toho, o aké témy z destinačného manažmentu by média mali záujem. Pri tejto príležitosti sme zároveň médiám odprezentovali nové tlačoviny Košický bedeker, Návod na mesto, ale aj Katalóg suvenírov a rozšírený Košický detský pas s novým maskotom Bukim.

PR články

Denník N – V Denníku N sme si na rok 2022 zakúpili PR priestor pre vydanie šiestich PR článkov. Obsah sme tvorili v návaznosti na minuloročnú obsahovú kampaň, ktorú sme doplnili o ďalšie témy rezonujúce posledným prieskumom, témy naviazané na aktuálne kampaňové aktivity a témy, ktorými dokážeme získať pozornosť zahraničného návštevníka. Články sú časovo rozložené v období júl až december 2022.

- ***Cestujte za zábavou na východ. Nový Košický detský pas vám predvedie 5 dní nekonečnej zábavy pre celú rodinu***

Pageviews: 2416

Time: 3:14

- ***Kam za jedlom v Košiciach? Toto je 6 miest, ktoré nesmú chýbať na vašej gastramape***

Pageviews: 34467

Time: 3:45

- ***Výstupy na nenáročné skaly, oddych pri vode či pokojné prechádzky lesom. Zažite mestskú dovolenku v lone košickej prírody s celou rodinou***

Pageviews: 2777

Time: 3:28

- ***Vyberte sa za spoznávaním múzeí a galérií do Košíc. Spojte oddych na dovolenke s jedinečnými kultúrnymi zážitkami***

Pageviews: 1912

Time: 2:59

- ***Tieto košické zážitky nesmiete vynechať. Vychutnajte si živé mesto plné umenia, kultúry, športu, rodinných výletov a dobrodružných zážitkov***

Pageviews: 2434

Time: 3:14

- ***Zažite pravú esenciu živého mesta: Košice nabité populárnymi podujatiami si vychutná každý návštevník***

Pageviews: 6266

Time: 3:06

Startitup - V rámci vianočnej kampane ako výstup infocesty Gaba Kocáka sme uverejnili článok na startitup.

- ***Šéfkuchár Gabo Kocák: „Škvarky z kapra? To som vo svete skutočne ešte nikde nejedol.“ Košické vianočné trhy prekvapili nielen ponukou, ale aj skvelou pulzujúcou atmosférou***

Pageviews: 6390

Time: 4:43



SLOVAKIA TRAVEL – V roku 2022 sme v rámci PR aktivít nadviazali spoluprácu aj so Slovakia Travel, ktorá prostredníctvom KOČR Košice Región Turizmus oslovila všetky OOCR v kraji s možnosťou propagácie aktuálnej ponuky cestovateľských zážitkov z jednotlivých regiónov Slovenska na národnej úrovni.

Každý mesiac sa každý z ôsmich krajov Slovenska mohol odprezentovať jedným textom na vopred určenú tému. Možnosť prezentovať Košice sme prostredníctvom série blogov *8 krajov, ∞ možností* využili počas trvania kampane celkom päťkrát. Články boli uverejnené na stránkach www.slovakia.travel a podporené online príspevkami na našich sociálnych sieťach aj sieťach Slovakia Travel.

- *S dobrodúchom zažiť desiatky dobrodružstiev*
- *Okúsiť svetovú kuchyňu aj košické mestské víno*
- *Ubytujte sa v neviditeľnom hoteli*
- *Spoznajte tajomstvá 600-ročnej košickej dominanty*
- *Originálnemu rukopisu košického street-artu na stope*

Magazín Tatry – súčasťou tohtoročnej PR kampane je dvojstranová inzercia v letnom a

taktiež v zimnom čísle Magazínu Tatry, na ktorú vďaka dobrej spolupráci nadväzujeme už tretí rok.

letné číslo Magazínu Tatry:

- ***Vyberte sa s deťmi na výlet do Košíc, ktoré zážitkami rozhodne nešetria***

zimné číslo Magazínu Tatry:

- ***Nadchnite sa pre legendy z histórie Košíc. Tieto košické stálice musíte navštíviť***

V leteckom palubnom magazíne **My Wings** pre obdobie 30.5.2022 – 28.11.2022 sme publikovali inzerciu na Košický detský pas. Dvojazyčná inzercia bola distribuovaná na všetky linky letových spoločností Smart Wings a ČSA, vďaka čomu sme mohli osloviť až 1,2 milióna prepravovaných osôb.

- ***Choose Košice for your family travels a city with handful of adventure experiences***

2.5. OBSAHOVÁ BANKA

V zmysle komunikačnej stratégie Živé mesto našou prioritou naďalej zostáva tvorba a neustále rozširovanie zdieľanej obsahovej banky Visit Košice. Veľkou výhodou sa ukázala byť možnosť vedieť rýchlo a jednoducho poskytnúť kvalitný obsah k propagačným účelom nielen členským subjektom, ale aj ďalším partnerom organizácie ako SLOVAKIA TRAVEL, organizátorom medzinárodných podujatí alebo spoločnostiam ako je Volvo, ktoré tak vedia prezentovať Košice v zmysle komunikačnej stratégie Košice: Živé mesto. Je našim zámerom poskytovať kvalitný fotografický obsah aj tretím stranám, vďaka čomu komunikujeme posolstvo živého mesta a jednotný obraz Košíc opäť o niečo širšiemu publikum.

Fotograf a kameraman v teréne

Pred začiatkom letného obdobia sme opäť intenzívne nadviazali na rozširovanie fotobanky. Naš fotograf v teréne tak do konca roka zdokumentoval desiatky až stovky živých podujatí a miest, ktoré počas roka ožili. Hlavným cieľom tejto činnosti je aj naďalej budovať databázu kvalitného obsahu pre prezentáciu Košíc, prinášať vždy aktuálny obsah pre potreby marketingu organizácie a členov, a tiež poskytnúť jedinečný benefit členským subjektom, ktoré majú možnosť rezervovať si služby fotografa pre potreby vlastných propagačných aktivít.

Nový destinačný spot

Pred letnou sezónou sme zverejnili nový destinačný spot, ktorý podčiarkuje inovatívny charakter Košíc ako jediného mesta na Slovensku s titulom UNESCO Creative City. Naším cieľom bolo zachytiť Košice ako mladé, energické mesto pulzujúce životom, ktoré ponúka príležitosti z oblasti kultúry, umenia a športu pre rôzne vekové kategórie. Destinačný spot má dôležitú úlohu v rámci propagácie mesta na domácom aj zahraničnom trhu, napríklad na medzinárodných veľtrhoch, výstavách či rôznych prezentáciách.

Nový destinačný spot má okrem finálnej verzie aj 2 a 1-minútovú verziu. Táto potreba vznikla z dôvodu prispôsobenia sa rôznorodosti podujatiam a platformám, na ktorých sa spot prezentuje. Okrem slovenskej sme pripravili aj anglickú verziu spotu.

Destinačný spot Visit Košice získal ocenenie v poľskej súťaži

Nový destinačný spot Visit Košice "Zaži živé Košice" získal **2. miesto v poľskej súťaži Wasza Turystyka v kategórii "Svet je pekný"**. Výsledky 5. ročníka filmovej súťaže boli vyhlásené počas After party 11. ročníka Tourist Promotion Forum, organizovaného redaktormi portálu WaszaTurystyka.pl na termináli nového letiska Varšava-Radom.

2.6. TLAČOVINY A PROPAGAČNÉ MATERIÁLY

Aktualizácia našich tlačovín v zmysle novej komunikačnej stratégie sa stala jednou z našich tohtoročných priorít. V minulom roku sme začali pripravovať viacero kvalitných a vizuálne i obsahovo atraktívnych tlačovín. V tomto roku sme počet takýchto tlačovín rozšírili a pripravené grafiky vytlačili, a to aj v rôznych jazykových variáciách.

Trhacia mapa

V júni sme na základe požiadavky viacerých členov začali s prípravou novej verzie trhacej mapy. Mapu sme okrem aktualizácie obsahovej stránky doplnili o praktické informácie pre návštevníkov a osviežili ju o prvky novej vizuálnej identity. Trhacia mapa je k dispozícii vo Visit Košice Infopointe v počte **5000 kusov** a momentálne pripravujeme jej dotlač.

Košický bedeker

Nový Košický bedeker je reprezentatívna tlačovina, ktorá je orientovaná na destináciu ako celok prostredníctvom propagácie ubytovacích zariadení, reštaurácií, podujatí a atraktivít. Obsah bedekra tiež predstavuje návštevníkovi 7 košických zážitkov pre nasatie pravej esencie mesta, možnosti výletov do okolia Košíc, obľúbené cyklotrasy rôznych náročností, ponuku nočného života či súbor praktických tipov pre pohodlnejší pobyt. V tomto roku sme vytlačili **5 000 kusov slovenskej verzie** a pre potreby zahraničnej prezentácie aj **5 000 kusov anglickej verzie** tlačoviny. Anglická verzia poskytuje navyše prehľad základných informácií o Slovensku a 10 miest, ktoré v krajine určite treba navštíviť. Tento obsah sme pripravili v spolupráci so Slovakia Travel. Obe jazykové verzie bedekra sú k dispozícii vo Visit Košice Infopointe.

Košický detský pas

V tomto roku sme Košický detský pas oživil o ďalšie novinky. Počet lokalít a zapojených subjektov sme rozšírili na 29, zoznam sme rozdelili do troch geografických celkov v závislosti od vzdialenosti od centra mesta a zatriaktívni sme aj textový aj vizuálny obsah. Na základe dát z minulého ročníka rozširujeme aj cieľovú skupinu o deti predškolského veku (aktuálne 5 – 10 rokov). Vytlačili sme **10 000 kusov pasov**. Pre potrebu prezentácie na zahraničných trhoch sme pripravili aj **anglickú verziu Košického detského pasu, ktorú sme vytlačili v počte 5 000 kusov**.

Letáky TOP 7, SK a EN

Tematické letáky DL-formátu sú prvou zo série mini tlačovín obsahovo vychádzajúcich z nového Košického bedekra. Ich obsahom je úvodná kapitola bedekra – TOP 7 košických zážitkov. Tlačovina vzniká za účelom mať vždy k dispozícii **ľahko a pre každého dostupnú tlačovinu, ktorá má nízke náklady na výrobu** a teda je možné ju tlačiť aj distribuovať vo vysokých počtoch. Vytlačili sme 15 000 kusov v slovenskom jazyku a 15 000 kusov v anglickom jazyku. Momentálne disponujeme digitálnou verziou letáku aj v maďarskom, poľskom a nemeckom jazyku.

MICE leták

Pre potreby prezentácie Košíc pre odbornú verejnosť v zahraničí sme pripravili prehľadný leták, ktorý obsahuje potrebné informácie o destinácii pre potenciálnych návštevníkov zo sektora MICE a pre cestovné kancelárie.

Katalóg suvenírov

Katalóg suvenírov obsahuje súbor diel umelcov, ktorí sa zúčastnili výzvy na tvorbu košických suvenírov. Tlačovina obsahuje fotografie produktov a predstavuje jednotlivých autorov a popis samotného suveníru. Vytlačili sme 120 kusov tejto tlačoviny. Keďže je o túto publikáciu veľký záujem pripravujeme jej aktualizovanú verziu a dotlač.

Návod na mesto

Návod na mesto je publikácia orientovaná na obyvateľov mesta Košice s cieľom vytvoriť z Košičanov prirodzených ambasádorov mesta. Je súborom tipov na trávenie voľného času s rodinou, partnerom alebo skupinou priateľov, a svojim obsahom vyzýva Košičanov k znovuobjaveniu svojho rodného mesta. Publikácia bola pripravená pred letnou sezónou v počte 220 výtlačkov.

2.7. DESTINAČNÁ WEBSTRÁNKA VISITKOSICE.ORG

Koncom mesiaca jún sme spustili **nový web v základnej funkčnej verzii**, ktorá stále prechádza testovaním a úpravami s prihliadnutím na užívateľské správanie a potreby. S novým webom sme spustili aj **Kalendár podujatí**. Webstránka má naplňovať **funkciu jednotného online hubu** nielen pre návštevníkov zo zahraničia či zo Slovenska, ale aj pre domácych Košičanov. Pred koncom roka sme spustili aj anglickú verziu webstránky.

Na stránku sme nasadili dvojicu online analytických nástrojov, Google Analytics a HotJar, prostredníctvom ktorých aktívne zhromažďujeme dáta o správaní návštevníkov webu. Na základe rozboru týchto dát sme schopní prispôbovať dizajn konkrétnym potrebám užívateľa. Aby sme však dokázali skutočne naplniť ciele novej webstránky, zamerali sme sa ešte predtým na možnosti ako sa dostať na vysoké priečky vo vyhľadávačoch a priviesť z

nich na náš web organickú, teda neplatenú návštevnosť. Ku konkrétnym odporúčaniam ako takýto cieľ dosiahnuť nám poslúžila technická a obsahová SEO analýza, ktorú pre Visit Košice vypracovala agentúra Promiseo. Na samotnej optimalizácii budeme pracovať počas roka 2023.

2.8. INFOCESTY, FAM TRIPY, PRESS TRIPY, PREHLIADKY

Prehliadka s letiskom Košice

S novým riaditeľom letiska Thomasom Dworschakom sme absolvovali prehliadku začiatkom roka. Počas nej sme si prešli staré mesto a prezentovali rôzne témy v spojitosti s Košicami a ich špecifikami, ktoré sú ideálnym spôsobom, ako ich prezentovať práve aj pred leteckými spoločnosťami.

Prehliadka pre zástupcov marketingového tímu spoločnosti VOLVO

Príchodom nového veľkého investora do Košíc sa aktívne od začiatku podieľame na reprezentácii Košíc ako destinácie. Jednou z aktivít bola aj prehliadka pre členov marketingového tímu spoločnosti Volvo. Tým sme spolu s Milanom Kolcúnom najprv predstavili najkrajšie zákutia starého mesta spolu aj s jeho históriou. Následne sme pokračovali diskusiou o ďalšej spolupráci ako aj zdieľali našu obsahovú banku spolu s video spotom za účelom propagácie Košíc.

Prehliadka pre medzinárodných projektových partnerov

Začiatkom mesiaca september sme v Košiciach hostili projektové stretnutia oboch projektov, ktorým sme partnerom. Jedná sa o projekty CulTourData a Off the beaten Track. Partnerom z Talianska, Španielska, Holandska a Estónska sme zorganizovali prehliadku mesta s odkazom na Európske hlavné mesto kultúry a predstavili aj pár zaujímavých inštitúcií, ktoré majú blízku spojitosť s témami projektov.

Prezentácia Visit Košice Asociácii organizácií cestovného ruchu

Koncom septembra sme zástupcom AOOCR predstavili rekonštrukciu Visit Košice Infopointu a odprezentovali realizované debarierizačné prvky. Záujem vzbudila samotná prestavba a kreatívne technické riešenia, lokálne suveníry, kampaň Košický detský pas a taktiež samotná multimedialná inštalácia Planet Košice.

Individuálna infocesta pre Aziz Abu Saraha

V spolupráci so SLOVAKIA TRAVEL v októbri navštívil Slovensko Aziz Abu Sarah, CEO cestovnej kancelárie MEJDI Tours, ktorá má pobočky v USA a v Izraeli. Aziz Abu Sarah je okrem toho aktivista a inovátor v oblasti cestovného ruchu, kultúrny pedagóg a školiteľ. Prednáša v nespočetných medzinárodných organizáciách a na univerzitách vrátane OSN, Nexus, TED, BMW, Európsky parlament, Georgetown, Yale a Harvard. Venuje sa aj novinárčine - publikoval články v The New York Times, National Geographic, TED, Haaretz, Jerusalem Post a pravidelne spolupracuje s CNN, Fox a Aljazeera. Aziz je držiteľom Goldbergovej ceny za mier od Inštitútu medzinárodného vzdelávania, striebornej ruže

Európskeho parlamentu, Eisenhowerovho medailónu a Eliav-Sartawihó ceny za blízkovýchodnú žurnalistiku. Získal ceny za medzikultúrne inovácie od Aliancie civilizácií OSN a BMW Group. Návšteva Slovenska bola motivovaná na základe predchádzajúcich stretnutí na veľtrhoch cestovného ruchu ako ITB Berlin či WTM London, kde Aziz Abu Sarah prednášal na odborných seminároch.

Infocesta Milan bez mapy

Počas júna sme na základe oslovenia našim členským subjektom Medzinárodné letisko Košice pripravili infocestu zameranú na leisure návštevníkov. Slovenský blogger a cestovateľ Milan Bardún, známy pod pseudonymom *Milan bez mapy* spolupracoval celý mesiac jún s Medzinárodným letiskom Košice na rozlietaní Košičanov do sveta. My sme ho oslovili na spoluprácu a počas 3 dní sme Milanovi a jeho sledovateľom prostredníctvom infocesty ukazovali ako naopak stráviť kvalitný čas v Košiciach. Infocesta bola postavená na odprezentovaní Košíc ako živého mesta. Milan počas troch dní ukazoval svojim sledovateľom na sociálnych sieťach rôzne možnosti aktívneho odpočinku, gastronómiu aj večerný život v meste. Po infoceste sa blogger so svojimi pozitívnymi zážitkami a dojmami podelil so širokým publikom čitateľov aj na svojom blogu.

Infocesta Gaba Kocáka a Food Tips Košice

Posledný mesiac roku 2022 sme zorganizovali infocestu zameranú na gastronómiu a prezentáciu vianočných trhov v Košiciach. Na túto infocestu sme pozvali známeho slovenského šéfkuchára Gaba Kocáka, ktorého vianočnými Košicami previedol Dragan známy pod menom Food Tips Košice. Výstupom infocesty bol článok na portáli Startitup.

3. VISIT KOŠICE INFOPOINT

Tento rok sme pokračovali v debarierizácii a inovácii priestorov TIC a venovali sme sa celkovému uľahčeniu prístupu k informáciám aj s ohľadom na špecifické potreby znevýhodnených skupín obyvateľstva. Doplnili sme TIC o menšie technologické a priestorové riešenia, ktorých potreba vyplynula z používania TIC a spätnej väzby od návštevníkov. Tento rok sme sa venovali aj rôznym podaktivitám ako je letná kampaň Buki na cestách, boli sme súčasťou podujatí ako je Biela Noc či Košická Noc múzeí a galérií a náš mobilný Cyklo Kiosk poskytoval informácie domácim i zahraničným návštevníkom.

3.1. Nominácia na prestížnu cenu za architektúru CEZAAR

Priestor Visit Košice Infopoint bol v nedávnej dobe zrekonštruovaný podľa návrhu architektonického ateliéru Doxa. Tento interiér zaujal aj odborníkov súčasnej slovenskej architektúry. Porota ceny **CEZAAR 2022** vybrala medzi päť finálových nominácií zrekonštruovaný interiér Visit Košice Infopoint v **kategórii Interiér**.

Dňa 30.9. vo večerných hodinách sa v rámci vysielania RTVS na stanici 2 odvysielal dokument k nomináciám na cenu CEZAAR 2022. Interiér Visit Košice Infopoint získal

3-minútový priestor na odprezentovanie sa v televíznom dokumente o slovenskej architektonickej tvorbe. V upútavke na reláciu sme tak získali "free reklamný priestor" pre náš Infopoint o dĺžke 3 min pričom cenníková cena mediálnej hodnoty odvysielania reklamy v tom čase je 3 240,-€. Počas priameho prenosu odovzdávania cien sme v rámci prezentácie dostali priestor o dĺžke 1,30 min kde by cenníková cena predstavovala sumu 1 620,-€, čo spolu predstavuje sumu 4 860,-€.

3.2. Návštevnosť Košíc počas letnej sezóny

Leto v Košiciach prinieslo mnoho prekvapení. Aktuálne čísla ukazujú, že sa Košice stali atraktívnou letnou dovolenkovou destináciou, ktorá zaujala predovšetkým leisure skupiny. Medzi motivátory v domácom cestovnom ruchu, ktorý preferuje rekreačný turizmus, v Košiciach rozhodne patril produkt Košický detský pas. Zahraniční turisti preferovali poznávací turizmus. Dobrou správou tiež je, že sa zvyšuje aj priemerná dĺžka pobytu návštevníkov.

Systematická práca s destináciou ako značkou od roku 2020 a následné, správne načasované marketingové aktivity nepopierateľne priniesli výsledky v podobe takmer znásobenia počtu dovolenkujúcich návštevníkov oproti predkovidovému obdobiu.

Tak skoré pozitívne výsledky našich aktivít nás veľmi potešili, nakoľko nástup po nastavení komunikačnej stratégie sa dostavil omnoho skôr ako bolo predikované aj vzhľadom na okolnosti. Práve z týchto dôvodov sa plánujeme aj naďalej venovať koncepčným a dlhodobým aktivitám a budovať značku destinácie ako ideálneho miesta na dovolenku. Naším zámerom je stále efektívnejšie vyvíjať aktivity smerujúce k zvýšeniu počtu návštevníkov a k predĺženiu ich pobytu, tvoriť zastrešujúci marketing, koordinovať a komunikovať aktivity jednotne a sústrediť sa na tvorbu a podporu komplexnejších a dlhodobo udržateľných produktov cestovného ruchu. Budeme pokračovať v budovaní nadnárodne rozpoznateľnej značky destinácie, zbierať dáta a vyhodnocovať ich vo vzájomnej koherencii s členmi, odborníkmi a inými subjektami. Pokračujeme v práci na strategických a koncepčných riešeniach, hľadáme nové perspektívy a možnosti podpory Košíc spolu s našimi členmi. Venujeme sa vzdelávaniu aktérov v cestovnom ruchu a tým zabezpečujeme zvyšovanie kvality ponuky za účelom udržateľného rozvoja cestovného ruchu v Košiciach a regióne.

3.3. Košický detský pas

Pred otvorením letnej sezóny sa nám podarilo hlavne pre malých turistov pripraviť zaujímavé lákadlo, a to **maskota Bukiho**. Buki je hlavnou postavičkou celého projektu Košický detský pas.

Tento rok sme rozšírili Košický detský pas o nové subjekty, aktuálna verzia obsahuje **29 bodov záujmu**. Pre detičky sme v rôznych plánovaných súťažiach pripravili množstvo

zaujímavých cien od drobných odmien, cez vstupy do atrakcií a zaujímavé balíky odmien pre dobrodruhov. V tomto ročníku sme mali 2 hlavné ceny: pobytový balíček v Hoteli Bankov a v Hoteli Crystal.

Košické detské pasy mali opäť veľmi pozitívne ohlasy, počas letnej sezóny sa vo Visit Košice Infopointe rozdalo **895 kusov tlačoviny**. Taktiež naďalej prebiehala aj možnosť objednať si Košický detský pas domov. Túto možnosť využilo 466 záujemcov.

3.4. Maskot Buki na cestách

V mesiacoch júl a august bol maskot Buki na cestách okolo Košíc, počas ktorých navštívil mnohých našich členov aj nečlenov. Okrem Hlavnej ulice, kde bolo možné Bukiho stretnúť na prechádzke, potešil malých dobrodruhov pri rôznorodých aktivitách. Jeho kroky smerovali medzi inými na minigolf na Bankove, do Litparku, Steel Parku, Miklušovej väznice, na Vyhliadkovú vežu či Detskú železničku.

Buki taktiež pomáhal kolegom z Cyklo Kiosku, ktorý sa v letných mesiacoch pohyboval po Hlavnej ulici a príľahlých uličkách. Pomohol s rozdávaním Košického detského pasu a odznakov, a v poslednom rade rozdával deťom úsmevy a objatia.

3.5. Cyklo Kiosk

Od začiatku júla, Visit Košice Infopoint poskytoval informácie aj priamo v uliciach mesta Košice, prostredníctvom cyklokiosku a pracovníkom Infopointu. Ponúkali sme rôzne propagačné materiály našich členských subjektov, trhacie mapy centra mesta, sakrálné mapy a Košické detské pasy.

V priebehu letných mesiacov od mája do októbra sa realizovalo 38 prehliadok v 4 jazykoch, slovenčina, angličtina, nemčina a maďarčina. Najväčší záujem bolo o prehliadku historického centra mesta Košice či už v trvaní 1,5 hodiny alebo 2,5 hodiny.

3.6. Rozširovanie konceptu Visit Košice Infopoint

Nové vizuálne prvky

V tomto roku sa nám podarilo zjednotiť vizuálne prvky v našom Infopointe, ktoré korešpondujú s vizuálnou identitou Visit Košice. Pripravili sme samostatný dizajn manuál, ktorý okrem administratívnych šablón obsahuje vlastný pattern pre Infopoint, logo, textové a vizuálne prvky v Infopointe ako popisy k suvenírom, cenovky k suvenírom, polepy na okná, otváracie hodiny, svetelné označenie. Dokončili sme finálnu podobu totemu spolu s návrhom olepu nastavením textovej časti na bočných displejových paneloch a osadili sme vrchnú časť totemu, ktorá má vizuálne pripomínať bodku na písmene "i". Na propagovanie členských podujatí sme v priestoroch TIC nainštalovali veľkú obrazovku, na ktorej sa budú premietiť upútavky na aktuálne podujatia či ďalší propagačný video materiál z našej video banky.

Debarierizácia

Z dôvodu debarierizácie a priblíženiu sa návštevníkovi sa v našom Infopointe nachádza nie len nájazdová rampa a iné debarierizačné prvky ale pred vstupom do Infopointu sme taktiež umiestnili informačnú tabuľu pre zdravotne znevýhodnených s asistenčným zvončekom pre privolanie pracovníka na pomoc pri vstupe do Infopointu. Taktiež z dôvodu mnohých multimediálnych prvkov sa nachádza oznámenie o svetelných efektoch ktoré môžu ohroziť stav epileptikov a fotosenzitívnych osôb.

Nová rovnošata pre pracovníkov Infopointu

Naši kolegovia z Infopointu dostali nové oblečenie s novým logom organizácie. Oblečenie bolo rozdelené do niekoľkých kategórií a to oblečenie na reprezentatívne účely, práca v Infopointe, práca v teréne s cyklokioskom a nakoniec oblečenie, ktoré sa používalo keď kolegovia boli s našim maskotom Bukim na cestách.

3.7. Suveníry

Umelecky kvalitné a hodnotné suveníry, vystavené a predávané v Infopointe, sú dôkazom živej a pulzujúcej kultúrnej scény a odkazom na titul Európske hlavné mesto kultúry a ocenenie UNESCO Creative City od Media Arts. Aj v tomto roku oslovujeme umelcov s požiadavkou na tvorbu nových a kvalitných upomienkových predmetov, pričom reflektujeme aj záujem verejnosti podľa dopytu. Novinkou medzi suvenírmí sú domáce džemy - autor Oskár Szabo, náušnice Swarovski - autorka Zuzana Szabová a prírodné mydlá - autorka Jana Fazekašová. Pripravujeme spoločenskú hru pre deti a omaľovánku s tematikou Košický detský pas.

Najväčší záujem z aktuálne ponúkaných suvenírov vo Visit Košice Infopoint tento rok vzbudili šachy - autor Zuzana Palejová, taktiež tvorba šrác a čaja - autorka Annamária Digoňová, pohľadnice - autorka Anna Hájková, tričká a tašky Košice mesto s príbehom - autor Svetozár Šomšák, či magnetky - autor Erik Sikora.

4. AKTIVITY NA ZAHRANIČNÝCH TRHOCH

EXPO 2020 v Dubaji

Na začiatku februára sme sa zúčastnili pracovnej misie na **EXPO 2020 v Dubaji**, kde sme dokonca vďaka Slovakia Travel mali príležitosť v priestoroch Slovenského pavilónu prezentovať mesto Košice. Okrem čerpania inšpirácie, napríklad aj k ďalšiemu rozvoju a práci s titulom UNESCO Kreatívne mesto mediálneho umenia, bolo naším cieľom aj rozvíjanie vzťahov so zástupcami Slovakia Travel – agentúrou, ktorá zodpovedá za propagáciu Slovenska predovšetkým na zahraničných trhoch.

Prezentácia Košíc v Budapešti na EHF - Majstrovstvá Európy v hádzanej

Na prelome mesiacov sme sa na základe pozvania zahraničného zastúpenia Ministerstva dopravy a výstavby v Budapešti zúčastnili na **EHF Majstrovstvách Európy v hádzanej mužov**, kde sme mali možnosť prezentovať Košice a Košický región.

Online MICE Konferencia

Začiatkom roka sme sa zúčastnili online konferencie zameranej na **MICE prezentácie slovenských a ukrajinských firiem**. Na podujatí sme sa zúčastnili na základe spolupráce so Slovenskou obchodnou a priemyselnou komorou.

Utazás Budapešť

V termíne od 3. do 6. marca 2022 sme sa v spolupráci so Slovakia Travel a s KOČR Košice Región Turizmus zúčastnili na **medzinárodnom veľtrhu cestovného ruchu UTAZÁS Budapešť 2022**.

Tento najväčší veľtrh cestovného ruchu v Maďarsku je určený odbornej aj širokej verejnosti. **Ústrednou témou tohtoročnej výstavy bolo oživenie turizmu a bezpečnosti**. Na veľtrhu sa zúčastnilo takmer **30 tisíc návštevníkov**, čo výrazne predčilo naše očakávania, najmä vzhľadom na stále prebiehajúcu pandémiu COVID-19.

Počas týchto dní sme mali možnosť prezentovať Košice a okolie stovkám potenciálnych návštevníkov, utužiť vzťahy s našimi business partnermi, s účastníkmi infociest a s kolegami z ostatných regiónov Slovenska, nadviazať nové kontakty či poskytnúť informácie a rozhovory zástupcom viacerých maďarských médií.

Veľtrh HOLIDAY WORLD PRAHA

V termíne od 18.3.2022 do 20.3.2022 sme sa v spolupráci s národnou agentúrou pre cestovný ruch, Slovakia Travel, zúčastnili na jubilejnom **30. ročníku veľtrhu cestovného ruchu Holiday World a Region World Praha 2022**. Veľtrh Holiday World & Region World Praha je jednou z najvýznamnejších udalostí svojho druhu v odvetví cestovného ruchu v strednej Európe.

Na tomto veľtrhu sa prezentujú ponuky cestovných kancelárií a ponuky národných turistických centrál. V rámci našich aktivít sa nám opäť podarilo dostať do povedomia Košický detský pas, ktorý sa tešil medzi návštevníkmi vysokému záujmu, zároveň sme **odprezentovali naše mesto stovkám potenciálnych návštevníkov** a predstavili nové letecké spojenie.

Účasť na veľtrhu ITF Slovakiatour Bratislava

Medzinárodný veľtrh cestovného ruchu **ITF SLOVAKIATOUR**, sa uskutočnil po ročnej prestávke v dňoch 28.4.2022 až 1.5.2022 v Incheba Expo Aréne. Program dopĺňali gastro veľtrh DANUBIUS GASTRO a obľúbený Autosalón, ktorý niesol podtitul "*salon mobility*". Prvé

dva dni boli venované predovšetkým odbornej verejnosti, nasledujúce dva sa zase podujatia zúčastnila široká verejnosť.

Počas účasti na veľtrhu sme ostali príjemne prekvapení z **mnohých pozitívnych reakcií na Košický detský pas**, a to nielen od rodín, ale aj od jednotlivcov, ktorým sme produkt predstavili ako praktického sprievodcu po Košiciach. Niekoľko návštevníkov už produkt dokonca poznalo vďaka minuloročnej kampani a produkt sa im veľmi páči. V spolupráci s maskotmi Haravara sme tak opäť mohli Košický detský pas rozdať stovkám potenciálnych návštevníkov.

Prezentácia Košíc na medzinárodnom MICE veľtrhu IMEX Frankfurt

V termíne od **31.5. do 2.6.2022** sa konal medzinárodný veľtrh IMEX Frankfurt, ktorý patrí medzi najprestížnejšie MICE veľtrhy vo svete. Tento veľtrh slúži ako platforma pre **B2B stretnutia** pre nákupcov (buyers/visitors a hosted buyers) a poskytovateľov (destinácie a komerčné subjekty). Na veľtrhu bola zastrešená prezentácia našej krajiny prostredníctvom národnej agentúry pre cestovný ruch SLOVAKIA TRAVEL. V rámci destinačných prezentácií pre buyerov boli prezentované aj Košice ako potenciálna MICE destinácia.

Organizácia Visit Košice sa svojou účasťou na tomto projekte zaviazala k rozvoju destinácie v tejto oblasti a okrem budovania interných kapacít, aj k ďalšiemu prepájaniu zainteresovaných strán, ktoré môžu v tejto oblasti rozvoja nášho mesta prispieť.

Účasť na Travel News Market v Štokholme

Veľtrh je popredným podujatím v oblasti CR vo Švédsku, ktoré spája zahraničných poskytovateľov a predajcov s nordickým trhom odchodového cestovného ruchu. Je zameraný na odbornú verejnosť, touroperatorov, novinárov/bloggerov. Nákupcovia participujúci na podujatí budú prevažne zo sektora leisure vo Švédsku, ale takisto z oblasti korporátneho cestovného ruchu. V r. 2022 sa organizátori zameriali aj na nárast účasti zo strany nákupcov z celého severského regiónu, so špecifickým zameraním na sektor MICE (Meetings, Incentives, Conventions and Events) pochádzajúcich zo Švédska, Nórska, Dánska a Fínska.

Visit Košice sa na podujatí prezentovalo na stánku Slovenska, zastrešovanom MZV, spolu s KOČR Košice Región Turizmus a potencionálnym záujemcom prezentovalo predovšetkým komplexnú ponuku mesta Košice predovšetkým v oblasti MICE spolu so zážitkovým programom v košickom regióne.

Prezentácia Košíc na veľtrhu IBTM WORLD Barcelona

IBTM World je popredný celosvetový veľtrh zameraný na MICE, ktorý sa každoročne koná v Barcelone. Cieľom je spájať destinácie a buyerov, a inšpirovať ich, aby svojim klientom poskytovali výnimočné destinácie a zážitky. Veľtrh sa konal v dňoch 29.11.-1.12.2022 a zúčastnilo sa na ňom vyše 3000 destinácií a vyše 15 000 odborníkov z vyše 100 krajín po celom svete. Veľtrh prebiehal formou vopred dohodnutých stretnutí s odborníkmi a nákupcami z rôznych oblastí MICE-u. Okrem samotných stretnutí na veľtrhu prebehlo 6

destinačných prezentácií pre buyerov, počas ktorých bola prezentovaná aj MICE ponuka v Košiciach prostredníctvom SLOVAKIA TRAVEL.

Účasť na TT vo Varšave

V dňoch 24. – 26. novembra sa vo Varšave konal veľtrh cestovného ruchu TT Varšave, ktorého sme sa zúčastnili ako spoluvystavovateľ na stánku SLOVAKIA TRAVEL. Prioritne boli návštevníkmi podujatia domáci návštevníci ale zastavili sa však u nás návštevníci aj z iných krajín, ako napríklad Izrael, Česká republika, Chorvátsko, Slovinsko či Ukrajina.

Počas účasti na veľtrhu nám oficiálne bolo odovzdané ocenenie za 2. miesto nášho destinačného spotu v poľskej súťaži destinačných videí.

5. VZDELÁVANIE A BUDOVANIE KAPACÍT

Seminár k výsledkom prieskumu z 2021 od agentúry 2muse

Na konci januára sme zorganizovali online seminár k výsledkom prieskumu od agentúry 2muse, ktorého hlavnou úlohou bolo opätovne zmapovať aktuálny stav vnímania Košíc ako turistickej destinácie a dopad pandémie ochorenia COVID-19 na správanie cestujúcej populácie na Slovensku.

Vzdelávacie prednášky agentúry Folk & Milk Studios

Pre členov Visit Košice sme pripravili sériu vzdelávacích prednášok. Odborníci z agentúry Folk & Milk Studios ponúkli možnosť naučiť účastníkov **ako sa tvorí komunikačná stratégia, kvalitný a konzistentný obsah, ktorý buduje značku, ako komunikovať na sociálnych sieťach a ako s obsahom zasiahnuť čo najviac ľudí**. Išlo predovšetkým o praktické informácie, ktoré sa budú môcť ihneď aplikovať, a priestor bol tiež na krátke konzultácie. Na seminári bola odprezentovaná stratégia Živé Košice a nastavenie komunikačnej stratégie pre najbližšie obdobie. Okrem teoretickej časti boli súčasťou prednášok aj inšpiratívne príklady dobrej praxe a vznikol aj priestor na networking. Seminár sa zúčastnilo vyše 60 účastníkov, čo nás veľmi príjemne potešilo.

Workshop k tvorbe produktov cestovného ruchu

V zmysle prejavenej iniciatívy organizácie o prepájanie aktivít s KOČR Košice Región Turizmus a ostatnými OČR pôsobiacimi v regióne sme v tomto roku zorganizovali dvojdnový workshop s facilitátorkou Ivetou Niňajovou, ktorý bol zameraný na tvorbu produktov v cestovnom ruchu a vytváranie spoluprác na úrovni KOČR a OČRiek.

Seminár k výsledkom prieskumu V4 od agentúry 2muse

K výsledkom prieskumu agentúry 2muse sme pripravili online seminár.

Počas seminára sme sa detailnejšie venovali tomu, aký je potenciál Košíc ako turistickej destinácie v krajinách V4. Taktiež sme sa detailnejšie pozreli na súčasné vnímanie Košíc ako turistickej destinácie v jednotlivých krajinách. Účastníkom sme ukázali s akými Category Entry Points si v krajinách V4 asociujú Košice a ostatné destinácie. Priblížili sme aká je znalosť Košíc v krajinách V4, a ktoré sú konkurenčné destinácie Košíc v Českej republike, Maďarsku a Poľsku.

Vzdelávací workshop v oblasti gastronómie

V dňoch 14. a 15.júna sme pre všetky členské subjekty pôsobiace v komore reštaurácií, kaviarní, vinotiek a barov, ale aj komore ubytovacích zariadení a atraktivít v spolupráci s českou firmou **100Pro Gastro** zorganizovali vzdelávací seminár zameraný na rôzne témy relevantné pre tento sektor. Rečníkom bol pán **Marek Křovák**, ktorý si pripravil zaujímavú prezentáciu a aktívne zapojil do diskusie všetkých účastníkov seminára.

Akadémia hoteliera

Vzhľadom na potrebu, ktorá vznikla na poslednom stretnutí komory reštaurácií, sme v mesiaci február 2022 spolu s predsedom komory reštaurácií pripravili školenie, týkajúce sa procesnej efektivity, GDPR, marketingu, "tovaroznalectva", starostlivosti o host'a, "dokonalý" servis a iné.

V dňoch 28. a 29. novembra sme spolu s Akadémiou hoteliéra pripravili školenie v oblasti online marketingu, ktorý bol pre členov z komory reštaurácií a komory ubytovacích zariadení. Školenie viedol odborník **Samuel Chlpek** a bolo zamerané predovšetkým na marketing a komunikáciu na sociálnych sieťach.

V dňoch 5. a 6.decembra 2022 sme pre našich členov v spolupráci s Akadémiou hoteliéra zorganizovali ďalšie školenie a to **s odborníčkou na tému Hotelový revenue management**. 1. deň školenia bol venovaný Revenue managementu a 2. deň bol zameraný na Forecasting.

HORECA konferencia

Kvôli zaujímavému programu a dôležitým témam **HORECA konferencie** konanej na jeseň vo Vysokých Tatrách sme našim členom poskytli možnosť zúčastniť sa tohto podujatia zabezpečením vstupu na konferenciu, čo naši členovia vyhodnotili ako veľmi prínosnú aktivitu.

Školenie GDPR

V mesiaci august sa uskutočnil vzdelávací seminár zameraný na GDPR, ktorý sme organizovali spolu **s odborníčkou na cyber bezpečnosť Zuzanou Omelkovou**, ktorá realizuje poradenskú, konzultačnú a vzdelávaciu činnosť v tejto oblasti. Cieľom vzdelávacieho seminára bolo zjednotiť pravidlá pre zhotovovanie fotografií a vyhotovovanie ostatných záznamov pre potreby spoločných marketingových aktivít, ale aj poskytnúť členom na mieru šité poradenstvo v tejto problematike.

Podujatie Spoznajte Visit Košice

Pri príležitosti **osláv 10. výročia** a s cieľom vytvoriť **medzisektorový networking**, sme koncom júna usporiadali podujatie s názvom **Spoznajte Visit Košice**, kde boli okrem našich členov pozvané aj hotely a reštaurácie, ktoré nie sú súčasťou našich komôr. Účastní boli aj zástupcovia univerzít, klastrov, mesta aj kraja, ktorí majú priamy alebo nepriamy presah s cestovných ruchom. Cieľom bolo prezentovať uplynulé aktivity, dlhodobé ciele a podnietiť diskusiu na ďalší, spoločný rozvoj Košíc ako destinácie.

Pracovná skupina k pripravovanému produktu EkoKilometre

V decembri 2022 sme zrealizovali prvú pracovnú skupinu k tvorbe nového produktu cestovného ruchu, pracovne nazývaného EkoKilometre. Produkt je zameraný na aktívneho návštevníka Košíc, s cieľom zvyšovania počtu prenocovaní. Na participatívnu tvorbu tohto nového produktu bolo oslovených viacero zástupcov členskej základne, ale aj ďalšie subjekty či jednotlivci pôsobiaci v Košiciach v oblasti rôznych športových aktivít.

Aj keď išlo o prvé facilitované plánovacie stretnutie pre zúčastnenú skupinu miestnych destinačných partnerov, získali sme podnetné vstupy pre ďalší vývoj produktu. Záujem miestnych partnerov a ich aktívne zapojenie počas workshopu vytvorilo stabilný základ pre ďalšie pokračovanie v spoločnom plánovaní a realizácii produktu a potvrdilo, že o danú aktivitu je medzi pozvanými destinačnými partnermi záujem. Vo vývoji produktu budeme v spolupráci so zapojenými zástupcami pokračovať aj v roku 2023.

Pracovná skupina k tvorbe strategických dokumentov OOCR Visit Košice

Počas septembra sme zorganizovali stretnutie pracovnej skupiny zloženej z interných a externých pracovníkov Visit Košice. V zmysle napĺňania hlavného cieľa organizácie, ktorým je zvyšovanie počtu prenocovaní, sa v posledných troch rokoch aktivity Visit Košice upriamili predovšetkým na prácu s potenciálnymi návštevníkmi a návštevníkmi priamo v destinácii Košice. Koncepčné nastavenie marketingových aktivít organizácie tak odzrkadľuje intenzívnu prácu so značkou **Košice: Živé mesto**, ktoré sa počas roka 2022 podarilo zastabilizovať a ukotviť do podoby manuálov a marketingových strategických dokumentov. Tento stav umožňuje organizácii zamerať sa tak aj na rozvoj značky **Visit Košice**, ktorej úlohou je okrem zvyšovania počtu prenocovaní prostredníctvom priamej propagácie aj intenzívna spolupráca s aktérmi cestovného ruchu, orgánmi mesta a ďalšími partnermi.

Cieľom úvodného stretnutia k tvorbe ďalších strategických materiálov, ktorého súčasťou bola prezentácia aktuálneho nastavenia marketingových aktivít a spoločný workshop, tak bolo podnietiť spoločnú diskusiu medzi účastníkmi v téme vnímania značiek Visit Košice a Košice: Živé mesto, ich charakteristík, úloh a cieľov.

6. ŠTATISTIKY A ZBER DÁT

Priebežný zber, spracovanie a analýza štatistických údajov

Podľa dát Štatistického úradu SR z pohľadu celkovej návštevnosti najsilnejším mesiacom bol mesiac august s počtom 22 991 návštevníkov, tesne za ním nasledovali mesiac jún s počtom 20 810 a mesiac júl s počtom 19 066 návštevníkov.

Na základe evidencie mesta Košice bola spolu za mesiace júl a august 2022 došlo k nárastu počtu zdanených prenocovaní v letných mesiacoch. Pri porovnaní s rokom 2019 ide o nárast o 30% a v porovnaní s minulým rokom dokonca o 55%. Tieto dáta jednoznačne ukazujú, že sa Košice profilujú ako miesto vhodné aj na letnú dovolenku skrz svoju širokú škálu možností trávenia voľného času či ako ideálna vstupná brána do regiónu.

Košicami sa v letných mesiacoch prirodzene z ulíc ozýval ukrajinský jazyk. Pre zaujímavosť, počet prenocovaní Ukrajincov v týchto dvoch mesiacoch predstavoval 7-10% zo všetkých prenocovaní, a 15-21% z prenocovaní zahraničných turistov.

Výsledky prieskumu V4 od agentúry 2muse

Agentúra 2muse vypracovala **prieskum potenciálu Košíc v krajinách V4**, ktorý slúži ako podklad pre vypracovanie komunikačnej stratégie Košíc ako turistickej destinácie atraktívnej pre zahraničného návštevníka. Z výskumu vyplýva viacero zaujímavých aj neočakávaných záverov.

Hlavné ciele prieskumu:

1. Identifikovať Category Entry Points kategórie turistických destinácií na Slovensku a Košíc v zahraničí
2. Zistiť znalosť Košíc, spoznať konkurenčné destinácie Košíc v Českej republike, Maďarsku a Poľsku
3. Zistiť s akými Category Entry Points si v krajinách V4 asociujú Košice a ostatné destinácie
4. Spoznať súčasné vnímanie Košíc ako turistickej destinácie v jednotlivých krajinách

Vnímanie Košíc cez Category Entry Points

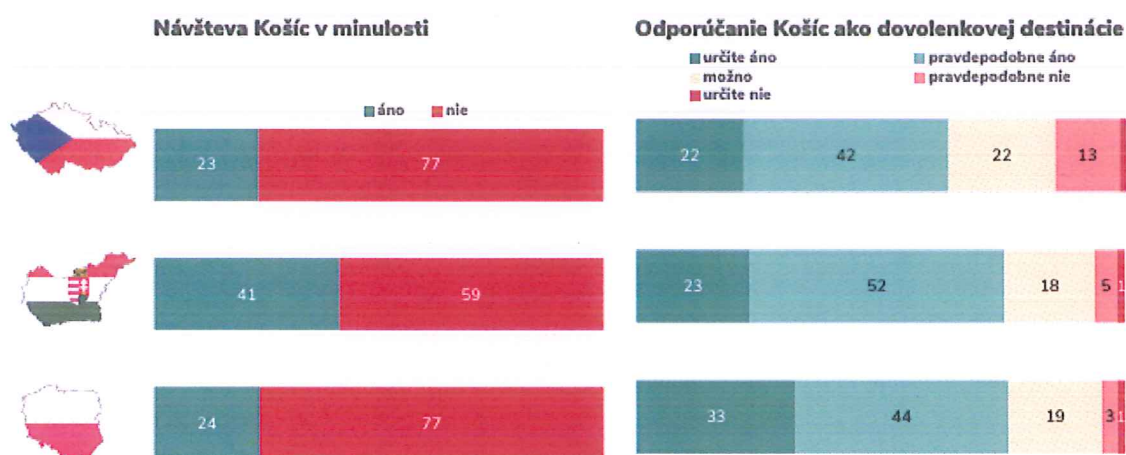
- Poliaci a Maďari sú voči Košiciach ako novej destinácii na mestskú dovolenku nastavení veľmi pozitívne.
- Košice patria k top-of-mind slovenských destinácií na mestskú turistiku len u Maďarov.
- Česi a Poliaci potrebujú zvýšiť povedomie o destinácii.
- Česi majú od Košíc najvágnejšie očakávania, pri hodnotení Category Entry Points sa ku Košiciam stavajú mierne skepticky, preto by upriamanie sa na túto cieľovú skupinu bolo finančne i časovo najnáročnejšie

Vnímanie Košíc – návštevníci

- Košice najviac navštevujú Maďari, no najpozitívnejšiu sotpú zanechávajú v Poliakoch
- Košice už navštívila takmer štvrtina cestujúcich Čechov a Poliakov a vyše 40% Maďarov.
- Košice naplnili očakávania svojich návštevníkov z V4 v ponuke historických a technických pamiatok a do istej miery aj prírodné krásy.
- Hlavne u návštevníkov z ČR a čiastočne aj HU sa potvrdzuje, že mestská turistika sa momentálne stále koncentruje na atrakcie v centre mesta a veľká časť z toho, čo Košice ponúkajú, ostáva nezažitá.

Návštevníci Košíc porovnanie krajín

Košice sú destináciou, ktorú spomedzi sledovaných krajín najviac navštevujú Maďari, no najpozitívnejšiu stopu zanechávajú v Poliakoch. Celkovo možno skúsenosť s návštevou Košíc u všetkých krajín hodnotiť ako veľmi pozitívnu.



7. PROJEKTY A ADMINISTRATÍVA

Okrem našich hlavných aktivít, ktoré boli vymenované v predchádzajúcich kapitolách, k zrealizovaným aktivitám patria aj také, ktoré sú dennodenou súčasťou počas celého roka. Nakoľko v zmysle charakteru našej organizácie pracujeme prevažne s verejnými zdrojmi, tie v značnej miere prispievajú k výraznému zaťaženiu časového fondu našich zamestnancov. Cez administratívne činnosti, ktoré majú charakter kontroly, systematizácie, archivácie, a veľkú časť agendy tvoria tiež prípravy, realizácie a vyúčtovania projektov.

7.1 Spolupráca s odborníkmi

Vzhľadom na profesionalizáciu organizácie a zabezpečenie napĺňania právnych náležitostí spolupracujeme s **advokátskou kanceláriou Brösl & Čentík**, ktorá promptne reaguje na naše požiadavky ako aj s **auditorskou firmou GemerAudit spol.s.r.o.**, ktorá má 25 ročné skúsenosti s vykonávaním auditu v súlade s platnou slovenskou legislatívou a

medzinárodnými audítorskými štandardmi. Táto auditorská firma nám taktiež poskytuje poradenstvo v oblasti účtovníctva a daní.

Taktiež v roku 2022 sme uzatvorili zmluvu s organizáciou pre verejné obstarávanie keďže sa menil zákon a museli sme promptne reagovať na situáciu.

7.2 Projekty Štátnej dotácie

15.3.2022 sme podali projekt Štátnej dotácie pre rok 2022 na Ministerstvo dopravy a výstavby Slovenskej republiky v celkovej výške 286 200 Eur s názvom „SMART KOŠICE”.

Hlavnými aktivitami projektu boli:

1/ Marketing a propagácia

- Edičná a video tvorba v celkovej výške 25 200,00 Eur
- Grafické a kreatívne služby v celkovej výške 33 300,00 Eur
- Výstavy, veľtrhy, prezentácie v celkovej výške 6 300,00 Eur
- Infocesty, fam a press tripy v celkovej výške 6 000,00 Eur
- Nákup mediálneho priestoru, reklamné plochy v celkovej výške 15 000,00 Eur
- Online marketing v celkovej výške 33 236,00
- Tlač materiálov a propagačných predmetov v celkovej výške 29 164,00 Eur
- Marketingové kampane (Košický Detský pas, Živé Košice) v celkovej výške 50 000,00 Eur
- Turistický informačný systém, PR, komunikácia v celkovej výške 10 000,00 Eur

2/ Činnosť TIC /Turistického informačného centra

- Prevádzkové náklady, nájomné v celkovej výške 9 000,00 Eur
- Informačná debarierizácia TIC v celkovej výške 8 500,00 Eur
- Upomienkové predmety podporujúce rozpoznateľnosť lokality v celkovej výške 5 500,00 Eur

3/ Zabezpečenie strategických dokumentov

- Strategické štúdie zamerané na rozvoj udržateľného cestovného ruchu v celkovej výške 35 000,00 Eur

4/ Vzdelávacie aktivity zamerané na skvalitnenie a rozvoj destinácie

- Vzdelávacie aktivity v celkovej výške 20 000,00 Eur

Projekt sme napísali tak, aby boli zakomponované priority a odporúčania zo strany Ministerstva dopravy a výstavby SR ako aj schválením aktivít valným zhromaždením z decembra 2021.

Projekt nám schválili začiatkom leta v plnej výške. Finančné zdroje nám boli zaslané dňa 08.07.2022 a 07.10.2022 finančné zdroje za kapitálové výdavky – digitálne technológie vo výške 34 000,00 Eur.

Zároveň sme v marci 2022 ukončili čerpanie minuloročnej štátnej dotácie - bez nutnosti vrátenia finančných prostriedkov. Prebehla aj príprava vyúčtovania dotácie cez kompletizáciu plnení v internom systéme organizácie. Vyúčtovanie bolo zaslané cez e-Slovensko.

Súčasťou vyúčtovania bola tabuľka so 513 dokladmi s detailnými údajmi o platbách, dodávateľoch, účeloch či plneniach jednotlivých objednávok.

7.3 PROJEKT COSME: CulTourData

Od januára sme partnerom v medzinárodnom projekte COSME - TOURINN-2020-3-04 GRO/SME/20/C/07: *Boosting the uptake of digitalisation, innovation and new technologies in tourism through transnational cooperation and capacity building*. Jeho celková výška je 1 148 327,43 €, z čoho priestor na podporu členských projektov, ktoré spĺnia charakteristiku malého a stredného podniku bude až do výšky 70 000 €. Ako napovedá názov projektu, jeho cieľom je podpora digitalizácie, inovácií a nových technológií v cestovnom ruchu prostredníctvom medzinárodnej spolupráce a budovania kapacít. V priebehu roka sme absolvovali okrem pravidelných mesačných online stretnutí aj kick-off meeting v talianskej Matere. Začiatkom septembra sme hostili prvé projektové stretnutie medzinárodného projektu s názvom CulTour data. Projektové stretnutie trvalo 2 dni, počas ktorých sme si s partnermi nastavili ďalšie procesy a pracovné plány na najbližšie obdobie.

7.4 Projekt Erasmus+: Off-the-beaten-track

V roku 2021 sme vďaka vzniknutej medzinárodnej spolupráci na projekte TraCEs získali aj ďalší projekt, tentokrát v schéme Erasmus +, ktorý sa zameriava na posilnenie a zlepšenie zamestnateľnosti dospelých žien v cestovnom ruchu s ohľadom na dôsledky pandémie. Podobne ako projekt CulTourData, aj v tomto projekte budeme prepájať cestovný ruch, trvalo udržateľný rozvoj a kreativitu (Akčný plán UNWTO, 2010). Hlavné aktivity projektu budú založené na vzdelávaní a mentoringu prostredníctvom podpory vytvárania sietí a inšpirácie medzi ženami rôzneho pôvodu, veku, zemepisnej polohy a kultúr. Celková finančná dotácia projektu pre našu organizáciu je vo výške 27 368 €. V rámci projektu sme sa zúčastnili prvého stretnutia s partnermi projektu v Taliansku. Druhé pracovné stretnutie sa uskutočnilo začiatkom septembra v Košiciach. Okrem práce na projekte sme zahraničným partnerom ukázali aj niektoré subjekty a pamiatky mesta.

Oba projekty vyžadujú aj spolufinancovanie aktivít, do stanovenej výšky, ktoré budú kryté najbližšie dva roky z vybraných členských príspevkov.

7.5 Vyžiadanie dokladov z mesta

Dňa 01.08.2022 sme zaslali na mesto žiadosť o zmenu modelu spolupráce kde sme navrhli nový model budúcej spolupráce a prehodnotenie určovania výšky členského príspevku obce - mesta Košice v tejto štruktúre:

- aktuálna výška rozpočtu potrebného na prevádzku organizácia: 350 000,00 Eur
- rozvoj a tvorba nových produktov cestovného ruchu: 50 000,00 Eur
- podpora kľúčových malých podujatí: 50 000,00 Eur
- podpora veľkých podujatí: 150 000,00 Eur

Vďaka tomuto kroku sme chceli udržať kontinuitu činnosti organizácie, ale aj spoločne získať pre mesto Košice financie zo štátnej dotácie MDV SR, ktoré by mohli byť použité na ďalší rozvoj destinácie.

Následne 02.08.2022 nám bol zaslaný list z mesta Košice kde nás žiadali predložiť doklady a informácie za jednotlivé roky 2012 - 2021 do 24.08.2022 a to nasledovne:

- 1/ Prehľad príspevkov členov OOCR
- 2/ Rozpočet organizácie a zostatky vždy k 31.12.
- 3/ Počet zamestnancov s definíciou úväzku
- 4/ Poskytované dotácie organizáciou Visit Košice
- 5/ Organizovanie vlastných podujatí Visit Košice - rozpočet, náklady zisk (strata)
- 6/ Iné zdroje Visit Košice okrem členských príspevkov a štátnej dotácie
- 7/ Záznamy a protokoly všetkých kontrol, ktoré boli vykonané v organizácii vrátane kontrolných zistení, prijatých opatrení na odstránenie zistených nedostatkov
- 8/ Zoznam, výšku a čerpanie všetkých poskytnutých štátnych dotácií
- 9/ Aktuálny rozpočet organizácie na rok 2022
- 10/ Aktuálny stav zamestnancov
- 11/ Výška odmien členov predstavenstva a dozornej rady za jednotlivé roky
- 12/ Očakávaný zostatok finančného účtu (rezerva) k 31.12.2022
- 13/ Aktuálne projekty a výška ich spolufinancovania
- 14/ Náklady na chod turistického informačného centra v roku 2022 a plán na roky 2023 - 2025
- 15/ Vyčíslenie minimálnych nákladov (bez chodu turistického informačného centra) na efektívne napĺňanie základného predpokladu OOCR Visit Košice na roky 2023 - 2025.

Dňa 24.08.2022 sme dodali do podateľne mesta Košice vo viazanej väzbe doklady, ktoré obsahovali vyše 100 strán.

7.6 Optimalizácia interného systému

V roku 2020 vznikla potreba systému na riadenie a archiváciu agendy Visit Košice, ktorý bol vytvorený IT procesným manažérom. Tento interný systém pozostával v roku 2020 z nasledovného:

- Prehľadov o všetkých finančných operáciách a o stave čerpania jednotlivých projektov organizácie v reálnom čase.
- Možnosti zdieľať všetky informácie o finančnom stave organizácie v rámci pracovného kolektívu.
- Centralizácia všetkých účtovných dokladov organizácie na jednom mieste (faktúry, bankové pohyby, pokladničné doklady).

V roku 2022 bol systém rozšírený o:

- Zjednotenie vzhľadu sekcie organizácie
- Prepracovanie užívateľských účtov
- Možnosť dočasne zablokovať prístup k aplikácii a resetovanie hesla
- Pridanie upozornení na plochu (nespárované objednávky, chýbajúci doklad k bankovému pohybu, zmena dokladu v rozpočte)
- V sekcii rozpočty rozšírenie o kontrolu dokladov v závislosti na ich úhrade a stave zaradenia v rozpočte s oznámením na ploche

- Rozšírenie o sekciu Projekty a o sekciu pracovné zmluvy
- Pridanie kontroly pracovných zmlúv podľa dátumu ukončení.
- Prepracovanie časti schvaľovania úhrad – pridaná možnosť zaslania námietky
- Pridanie automatickej kontroly prítomnosti plnenia pri vybraných dokladoch
- Rozšírenie o sekciu pracovné cesty
- API na Štatistický úrad, Google maps, Google Calendar
- Finančná kontrola pracovnej cesty s kontrolou dokladov
- Upozornenie na neskontrolovanú pracovnú cestu v sekcii upozornení
- Upozornenie na nezaevidovaný cestovný príkaz v sekcii upozornení
- Rozšírenie o sekciu pripomienky, možnosť zdieľania pripomienky medzi užívateľmi a rozšírenie o sekciu výkaz práce
- Pridanie API rozhrania na externú mobilnú aplikáciu
- V sekcii pracovné výkazy pridaná možnosť evidencie nadčasov
- Prepracovanie upozornení na ploche do prehľadnejšej podoby[MOU1]

Tým sme reagovali nielen na odporúčané nápravné opatrenia, ktoré vyplynuli z kontroly ÚHK, ale taktiež aj na pribúdajúcu agendu, ktorá je na náš o polovicu menší tím veľmi náročná pre udržanie nízkej chybovosti a sledovania úloh a zákonných povinností.

8.SPOLUPRÁCE, KONFERENCIE, STRETNUTIA

8.1. Spolupráce

KOCR

OOCR Visit Košice spolupracuje s KOCR Košice región turizmus a to formou podpísanej zmluvy o refundácii nákladov na jedného zamestnanca Visit Košice za obdobie 01.01.2022 do 31.12.2022.

Antik

- Spolupracujeme s Antikom na vytvorení jednotného predaja lístkov a výmena dát v rámci pracovnej skupiny.

CIKE

- OpenDataPlatform - spolupráce pri spracovaní a zverejňovaní dát s CIKE

Letisko Košice

- spolupráca na propagácii destinácie, spolupráca na kampani propagácie letov Praha - Košice, spolupráca s influencerom Milan bez mapy

Medzi stálymi partnermi, s ktorými máme nadviazanú veľmi dobrú spoluprácu na podpore cestovného ruchu či už formou propagácie destinácie, tvorbe strategickým materiálov či iných projektových aktivitách okrem samotnej KOCR patria : AOOCR, SLOVAKIA TRAVEL,

profesné komory, Fakulta BERG Technickej univerzity v Košiciach, IT VALLEY, SOPK a AMCHAM.

8.2. Konferencie a stretnutia

The Smart Tourism Destinations Initiative

Stretnutie The Smart Tourism Destinations Initiative sa uskutočnilo v druhej polovici septembra priamo **na pôde Európskej komisie za účasti piatich eurokomisárov**, ktorí predstavili zámery Európskej komisie v oblasti cestovného ruchu a rozvoja miest. Okrem samotnej iniciatívy Smart Tourism Destinations bol predstavený aj Program digitálnej Európy pre inteligentné mestá a komunity, ale aj "Intelligent Cities Challenge". Okrem zástupcov Európskej komisie, boli prítomní aj **desať experti z rôznych krajín EÚ**, ktorí predstavili tie najlepšie postupy a tipy v oblasti riadenia dát v cestovnom ruchu.

Konferencia SLOVAKIA TRAVEL

Koncom septembra sa v košickej Kunsthalle organizovala 2-dňová konferencia SLOVAKIA TRAVEL. Konferencia sa konala v Košiciach vďaka zaangažovanosti Visit Košice. Na konferenciu boli pozvaní všetci zástupcovia OOCR, KOOCR, AOOCR, SACKA. V priebehu oboch dní boli odprezentované jednotlivé sekcie SLOVAKIA TRAVEL a ich aktivity. Zároveň bol vytvorený priestor na diskusie. Počas prvého dňa bol k diskusii prizvaný aj zástupca výkonného riaditeľa letiska Košice Tomáš Jančuš. Záver konferencie bol venovaný dobrým príkladom z praxe, kde priestor na prezentáciu svojich aktivít získala aj organizácia Visit Košice. Viceprimátor mesta Košice a predseda predstavenstva OOCR Visit Košice pán Marcel Gibóda predstavil činnosť Visit Košice s prezentáciou svojich aktivít "Spoznajte Visit Košice" aj s premietnutím aktuálneho destinačného videa "Zaži živé mesto".

Konferencia HORECA

V dňoch 17.-19.októbra sa v Starom Smokovci konala konferencia HORECA Future proof. V panely posledného dňa vystúpila aj riaditeľka Visit Košice, Michaela Podoláková, ktorá hovorila o príkladoch z praxe na tému Spolupráca HORECA a organizácií destinačného manažmentu. Na záver konferencie sa konalo pracovno-metodické stretnutie sekcie cestovného ruchu s organizáciami cestovného ruchu za účasti pani štátnej tajomníčky JUDr. Kataríny Brunckovej, PhD. a generálneho riaditeľa Ing. Tomáša Ondrčku.