

“

Kontrakčný networking v Paríži
Zápis zo služobnej cesty zástupcu Bratislava Tourist Board, sprievodkyne pani Zuzany Rychlíkovej

Bratislava, 28. 1. 2020

Klient :

Bratislavská organizácia cestovného ruchu

Podujatie:

Prezentácia destinácie Bratislava a hlavných aktivít Bratislava Tourist Board na Kontrakčnom networkingu v Paríži.

TERMÍN: 23. január 2020, 16.00 - 22.00

Program:

- 16:00 Inštalácia účastníkov na veľvyslanectve
- 17:00 Prezentácia francúzskeho trhu, jeho špecifiká a trendy
- za účasti p. Richard-a Soubielle-a, predsedu TO Alest Voyage a viceprezidenta združenia Entreprises du Voyage (pôvodne SNAV - Národná únia cestovných kancelárií).
- 17:30 Oficiálne otvorenie/Uvítací príhovor
- 22:00 Predpokladaný záver podujatia

MIESTO KONANIA: Zastupiteľský úrad CZ v Paríži - 15 Avenue Charles Floquet, 75007 Paris, France https://www.mzv.cz/paris/cz/o_velvyslanectvi/index.html

ORGANIZÁTOR: Czech Tourism spolu s jednotlivými zástupcami krajín V4 vo Francúzsku

Úvod:

Podľa informácii organizátora, na podujatie sa prihlásilo 132 účastníkov. Na podujatí sa zúčastnilo 5 subjektov z Maďarska, 8 z Čiech, 8 zo Slovenska a 8 z Poľska.

Slovensko bolo jedinou krajinou, ktorá nebola zastúpená národnou organizáciou CR, ale pracovníkmi zo stálej diplomatickej misie.

Slovensko bolo nepochybne najmenej známou destináciou spomedzi V4. Bratislava bola najznámejším miestom na Slovensku, ktoré rezonovalo. Účastníci sa živo zaujímali o Slovensko všeobecne, bolo im známe, že máme niekoľko pamiatok zapísaných vo Svetovom dedičstve UNESCO.

Resumé z prednášky o Francúzskom trhu (podľa príhovoru pána Richarda Soubillieho)

Destinácia Strednej Európy, vo Francúzsku, ešte stále známa pod pojmom „Europe de l'Est“ – Východná Európa, zaznamenáva medziročný nárast 15%.

Klientov, ktorí sa potenciálne zaujímajú o Strednú Európu, rozdelil pán Soubille do 3 vekových kategórií a podľa toho ich špecifikoval.

Najpočetnejšou skupinou sú **Seniori „+60“**. Pre túto skupinu sú krajiny na V4 ešte stále vnímané ako z filmu „from Russia With Love“, šedivé, neútešné a veľmi lacné. Zvyčajne sú títo turisti potom milo prekvapení, prostredím a službami, menej cenami. Chcú potom aj zážitky z toho „zabudnutého klišé“ vidieť a počuť.

Aktívny turisti „+35“ veľa cestujú a sú informovanejší ako predchádzajúca generácia. Zaujímajú sa o históriu, podujatia, hudbu. Nie je výnimkou, že si cestu zorganizujú sami vďaka dostupnej leteckej doprave a reputácii regiónu ako bezpečného.

Mladí, „-35“ alebo generácia Erasmus, sú zvyknutí cestovať, charakterizuje je ich heslo „Free To Travel“. Cestujú sami a zdieľajú.

Dôležitá je prítomnosť médií pri propagácii destinácie – televízne seriály, filmy. Napríklad vzťah série Zaklánač a Maďarska. Filmová krajina automaticky bude generovať turizmus.

Ďalším dôležitým faktorom sú športové podujatia: futbal, lyžovanie, triatlon ako aj kultúrne podujatia – koncerty pre mladých.

Krajiny s tradičnou väzbou na históriu Francúzska sú prirodzenejšie známe. Napríklad Poľsko vďaka Napoleonovi, histórii Druhej svetovej vojny. Slovensko je najmenej známou krajinou.

Nespochybniteľnou konkurenčnou výhodou je znalosť francúzskeho jazyka a ako KULTURY. Francúzsky turista je iný ako Brit, Nemec alebo Španiel. Francúzi sú komplikovaní. Keď chcete predávať destináciu vo Francúzsku, musíte myslieť ako Francúz. Sú zvedaví, ale na všetko majú svoj názor a správajú sa povýšenecky. Dôležitá je rola sprievodcu, ktorý je akýmsi mostom medzi oboma svetmi. Všetko chcú pochopiť a to svoji očami. Doležite je ponúknuť originálne a unikátne spomienky!

Znalosť francúzštiny (a mentality) ako aj materiály vo francúzštine sú nevyhnutnosťou.

Entreprises du Voyages poskytnú národným agentúram na vyžiadanie štatistiky podľa krajín.

Stretnutia počas workshopu:

Každý kontakt som ohodnotila podľa významu od * po ***.

Novinári sú označení modrou

1. Mme Barbara DIVRY ***

Le Routard – známy cestovateľsky sprievodca, asi najznámejší vo Francúzsku, ľudová verzia „Michelinu“.

Ma záujem o cestu do BA a okolia, prišla na workshop len kvôli Bratislave, lebo o nej počula a ma záujem o nej písať do NL (8 strán po 1500 znakov + prístup k databáze fotiek) – odber 6 miliónov.

Odporúčam individuálny prístup – zaujíma ju história, príroda, doraz na ekológiu, bio, udržateľný rozvoj, chce cestovať len eko – vlak, elektrické autíčka, bicykel, zaujala ju možnosť prenocovať v domčeku na strome na Kačine ☺

2. M. Robert BARBE***

I.S.A Tourisme – Cestovná kancelária so zameraním na malé skupiny (8 osôb) a Európu. Viac ako 20 rokov ponúka aj veľkú cestu po Slovensku. Zameranie: Kultúra, tradície, objavovanie, príroda, história, literatúra a vzťahy s Francúzskom. Osobne pozná Slovensko a sprevádza ho. CK ma s manželkou, Slovenkou.

3. Mr. Paul Le Rossignol (GB) ***

International Telecom Development – špecializovaná Agentúra na MICE

Záujem o organizovanie MICE v BA, neopozieraná ľahko dostupná destinácia. Určite pozvať ma FAMTRIP MICE – odporúčam kontaktovať pani Erneker.

4. Mme Celine LUIS – ETIENNE***

Capitales Tours – všeobecný TO – FIT, ale hlavne skupiny, kultúrne okruhy, klientela +50, ponuka v katalógu okruh PRG – VIE –BUDA, https://3cb22385-bc0f-4e2e-b502-9ba713bf3df0.filesusr.com/ugd/dea855_ada170f3efc64f1082a40b07f8629a6a.pdf, mimo katalógu aj Bratislavu, zatiaľ cez rakúsku CK.

Pozná Bratislavu, bola tu pred 15 rokmi a má veľmi pekné spomienky a rada by sa vrátila a ponúkala aj klientom.

5. Mme Katia KRSTIC ***

Bemex Tours – Špecializovaný TO na Chorvátsko a Balkán, ma záujem aj o Slovensko, poslať mu ukážky itinerárov.

6. Univairmer Voyage **

Združenie CK, ktoré v minulosti pôsobilo pod Thomas Cook. Hľadajú nove destinácie a možnosti. Sama sa ozve, vizitku nemala. Meno nečitateľné. Tel.: + 33 6 12 44 7099, mail: mardirossian@hotmail.com.

7. Mme Christine Tradori, **

Club - Faune Voyages, FIT, prípadne malé skupiny, Luxus, predĺžený víkend alebo 7 dni (celé Slovensko)

8. Mme Anne-Marie Granier, *

www.patrimoinesdumonde.net ,novinárka, mala záujem o Slovensko, na pozvanie zo strany slovenskej agentúry o týždenný pobyt, len história a kultúra, niečo originálne - UNESCO, drevené kostolíky. Dôraz na udržateľný rozvoj a ekológiu.

Web nie je aktualizovaný, väčšina podstránok je prázdna. Cca 10 článkov z Francúzska.

9. Mr. Guillaume Rolland, *

www.flybot.me , ma záujem o marketingovú spoluprácu na stránke, pošle prezentáciu, keď ho oslovíme.

Na webe rôzne info o cestovaní a chat. Sprievodcovia po mestách, napríklad: <https://flybot.me/wp-content/uploads/2020/01/guide-vienne-flybot.pdf>, praktické rady alebo videa prečo navštíviť ? :

https://www.youtube.com/watch?time_continue=37&v=WHzKUKUqGWQ&feature=emb_logo

Slogan hovorí o chat blogu o cestovaní na Messengeri.

10. Mr. Foucaud , foucaud@lifeandstyle.fr*

<https://lifeandstyle.fr/category/evasion> - podstránka o trendoch, kde sú aj typy na cestovanie.

Web zameraný skôr na pánske záujmy – autá, design, 18 - 35 rokov, stredná a vyššia socio-ekonomická kategória, aktívni, športovci zaujímajú sa o kultúru, resp. športove podujatia aj aktivity, ale blízko kultúrnych stredísk. Cestujú sami, s priateľmi, s partnerom.

Námet: 3 – 4 aktívne dni v BA a / alebo 7 dní na Slovensku.

Chcel by prísť a vyskúšať originálne / netradične aktivity – gastronómia, šport.

Zaver a odporúčania:

V nadväznosti na diskusiu s ostatnými účastníkmi zo Slovenska, sme sa zhodli, že aj napriek tomu, že veľa návštevníkov o Slovensku ešte nepočulo, reagovali a odchádzali s pozitívnymi pocitmi a chuťou našu krajinu / mesto / región navštíviť.

Veríme, že sa obdobné podujatie bude organizovať aj o rok, a určite by sa ho Slovensko a aj Bratislava, ako najznámejšie miesto na Slovensku, mali zúčastniť.

Slovenskí účastníci workshopu V4 by uvítali zorganizovanie Presstripu a / alebo famtripu pre starostlivo vybraných TO.

Je dôležité si vybrať zo zoznamu účastníkov, ktorí bol po workshope účastníkom elektronicky zaslaný. Z daného zoznamu je možné vybrať TO, ktorí budú zaujímaví pre ďalšiu spoluprácu.

Pri komunikácii je dôležité vyzdvihnúť spoločné väzby: historické, priemyselne, politické. Bratislava je bránou na Slovensko. Nosnými témami by mali byť história, kultúra, autentickosť, vinohradníctvo a gastronómia. Modernými témami sú trvalo udržateľný rozvoj, ekológia, vinohradníctvo.

Zuzana Rychlíková, Magalys s.r.o.



