



## SPRÁVA zo zahraničnej pracovnej cesty – veľtrhu: Utazás Budapešť 2020

### Zahraničná pracovná cesta sa uskutočnila do štátu:

Budapešť, Maďarsko

### Miesto konania:

Hala: Hungexpo

Umiestnenie: Pavilón A

Stánok č.: 206 C

Adresa: Albertirsai út 10 (Expo tér 1), 1101 Budapest

### Dátum od - do:

27.2.- 1.3.2020

### Účastníci ZPC za BTB:

Silvia Renácsová, Árpád Korpás - sprievodca

### Údaje o veľtrhu:

Na 43. ročníku najvýznamnejšieho veľtrhu cestovného ruchu v Maďarsku UTAZÁS sa predstavilo 250 vystavovateľov zo 40 krajín. Domácim hosťom bolo mesto Eger a zahraničným Taliansko. V hale A sa sústreďovala ponuka zahraničných expozícií, domácich regiónov a cestovných kancelárií, v hale D sa konala výstava lodí Budapest Boat Show. Súbežné tematické výstavy Karavan Szalon (výstava caravanningu) a Afrika Expo lákali ďalšie cieľové skupiny. Aktuálnou témou sprievodného programu bol aj aktívny turizmus a mladšie generácie sa snažili organizátori pritiahnúť atraktívnymi podujatiami ako CheckINN Expo kariéry v turizme, Študentský odborný deň, Blogger Corner a Festival „po nevychodených cestách“ pre adrenalínových cestovateľov.

Slovenská expozícia patrila medzi tie najväčšie, zastrešovalo ju Ministerstvo dopravy a výstavby SR a predstavilo sa v nej 11 spoluvystavovateľov, väčšinou krajské a oblastné organizácie cestovného ruchu, turistické regióny a mestá. V blízkosti národnej expozície sa nachádzali ďalšie samostatné stánky slovenských subjektov: Trnavský a Nitriansky samosprávny kraj. Centrálny pult MDV SR, pult s ochutnávkou vín, remeselnícky pult s maľovaním vajíčok, hudobná produkcia a pulty Bratislavy a Košíc boli umiestnené na hlavnej komunikácii, čo podporilo záujem návštevníkov aj o ponuku Bratislavy a regiónu.

V zmysle dohody medzi BTB a BRT o spoločnej propagácii na vybraných veľtrhoch a prezentáciách, v Budapešti sa tiež prezentovalo mesto Bratislava spolu s regiónom. Táto forma spolupráce bola na tomto veľtrhu prospešná, nakoľko Maďari vzhľadom na blízkosť destinácie vyhľadávajú aj okolie Bratislavy. Na pulte sme mali k dispozícii aj ponuku členov BTB.



Prvý deň veľtrhu bol venovaný odbornej verejnosti. Na stánku sa konala tlačová konferencia v organizácii MDV pre pozvaných zástupcov maďarských médií a cestovných kancelárií. Aj keď témou tlačovky bol región Vysoké Tatry, prítomné médiá prejavili záujem aj o ďalšie regióny. Zástupkyňa Bratislava Tourist Board nahrála rozhovor pre tri rozhlasové stanice (Kossuth Rádió, Trend FM, Katolikus Rádió), v ktorom sme pozývali poslucháčov na podujatia ako napr. Veľkonočné trhy, Kultúrne leto, Bratislavské korunovačné dni a prezentovali atraktivity mimo centra v mestských častiach a v regióne v rámci novej kampane „Bratislava – 72-hodinové mesto“. Ponuku stánku natáčali aj viaceré televízne stanice (M1, Duna TV a regionálne televízie). Viaceré subjekty z odbornej verejnosti na mieste obdržali našu novú B2B publikáciu – Destinačný katalóg v anglickom jazyku.

Vzhľadom na aktuálnu situáciu v spojitosti so šírením koronavírusu, organizátori prijali primerané bezpečnostné a hygienické opatrenia a dali vyhlásenie v médiách, že návštevníci veľtrhu nie sú v ohrození pri dodržaní odporúčaných opatrení. Napriek tomu, v porovnaní s predchádzajúcimi ročníkmi, návštevnosť bola citeľne nižšia. Najnegatívnejší dopad bol pri návštevnosti čínskej a talianskej expozície, ktoré fungovali v obmedzenom režime s lokálnymi informátormi a cestovné kancelárie sa tiež sťažovali na pokles rezervácií a stornovanie už zakúpených zájazdov. V čase konania veľtrhu Slovensko sa považovalo za bezpečnú lokalitu s ohľadom na výskyt ochorenia, preto návštevnosť slovenskej expozície bola vysoká. Kvôli zľavneným a bezplatným vstupom prišlo veľa seniorov, ktorí Bratislavu poznajú a majú k nej pozitívny vzťah, sprievodné programy cielené na študentov prilákali mladých aj organizované školské skupiny. Záujem o Bratislavu bol cielený a konkrétny. Oslovili nás viacerí organizátori, ktorí hľadali konkrétne informácie pre skupiny, či už ubytovacie kapacity alebo tipy na programy. Individuálni návštevníci sa zaujímali najmä o mapy, vlakové spojenia, hrad, múzeá, podujatia, korunovačnú tému, gastronómiu, ubytovacie možnosti, rodinné programy, prehliadky v maďarskom jazyku. Veľa požiadaviek sa týkalo plavieb po Dunaji a okrem historického centra boli časté otázky ohľadom výletov do regiónu – Devín, Červený Kameň, vinárske mestá, Senec, Malé Karpaty, Podunajsko. Výrazne sa zvýšil počet dopytov na ponuky cyklotúr, preto materiály na cyklotému, cyklomapy sa rozdali všetky. Vďaka BRT sme mali k dispozícii viacero druhov cyklomap a cyklobrožúr (napr. Cyklomapa Malých Karpát a Podunajska, Bike & Boat, Cyklomapa pozdĺž Železnej opony), dokonca viaceré priamo v maďarskom jazyku.

Materiály v maďarčine boli najžiadanejšie najmä pre strednú a staršiu generáciu, mladí nemali problém si vziať aj anglickú jazykovú mutáciu. Úspech mali aj drobné merkantilové predmety a papierové korunky pre deti propagujúce korunovačnú históriu Bratislavy.

Vzhľadom na záujem maďarskej klientely o materiály v maďarskom jazyku, navrhujeme vydanie letákov Bratislavský hrad a Hrad Devín aj v maďarskom jazyku a pripraviť materiál s tematikou cykloturistiky. Na maďarskom trhu je dôležité mať pripravené aj zoznam aktuálnych podujatí v tlačenej verzii (stačia vo forme rozmnožených listov A4).

V spolupráci s Ministerstvom dopravy a výstavby SR a Slovenským inštitútom pripravujeme počas roka ďalšie spoločné podporné aktivity na maďarskom trhu – tlačovku k letným podujatiam, infocesty novinárov a touroperátorov, účasť na podujatiach ako Pozsonyi Piknik Budapešť, Korunovačné slávnosti Székesfehérvár.

Fotodokumentácia:

