

Informatívna správa o činnosti KOČR KK v roku 2015

Krajská organizácia cestovného ruchu Košický kraj (KOČR KK) sa od začiatku roka 2015 zameriava aj na aktivity smerujúce k dlhodobému plánovaniu a nastaveniu funkčného a udržateľného systému rozvoja cestovného ruchu v kraji. Okrem ročného, t.j. krátkodobého plánu, resp. prechodného plánu, ktorý mal slúžiť na rozbehnutie „zlúčenej organizácie“, sme s využitím vlastných personálnych kapacít spracovali strategické dokumenty, ktoré nám pomôžu v reálnom prostredí čo najefektívnejšie využiť marketingové a komunikačné nástroje, zamerať sa na konkrétne cieľové skupiny, pracovať s overenými štatistickými údajmi, poznať trh a neustále zlepšovať kvalitu služieb návštevníkovi.

Základné smerovanie KOČR KK, priority, ciele, oblasti pôsobenia a akčný plán upravuje **Stratégia smerovania KOČR KK**, v ktorej kladieme dôraz na tri ťažiskové oblasti: 1. Rozvoj destinácie, 2. Riadenie destinácie a 3. Marketing destinácie. Vymedzuje konkrétne rámce činnosti – postavenie, pôsobnosť a kompetencie KOČR KK. Oblasť Rozvoja destinácie sa venuje podpore produktov cestovného ruchu v kraji, kľúčovým rozvojovým projektom a strategickým partnerstvám. Oblasť Riadenie destinácie je ďalej členená na podoblasti – manažment, infraštruktúra, monitoring a zber dát. Marketing destinácie je orientovaný na nastavenie komunikačných tokov smerom k návštevníkovi, odbornej verejnosti aj k médiám. Stručný obsah materiálu – formou powerpointovej prezentácie je prílohou správy – Príloha č.1.

Na oblasť Rozvoja destinácie nadviazala KOČR KK spracovaním materiálu **Analýza produktového portfólia**. Táto analýza delí súčasnú ponuku produktov do logickej štruktúry na: produktové oblasti, produktové rady/línie, zážitkové klastre a samotné produkty. Analýza bola základnou preto, aby sme mohli začať budovať komplexné databázy informácií v určitých usporiadaných segmentoch, aby sme vedeli priradiť témy k produktu a vyskladať návštevníkovi výlet „na mieru“. Zhrnutie z produktovej analýzy a jej grafické spracovanie tvorí prílohu tejto správy – Príloha č. 2.

Súbežne s prípravou analýzy produktového portfólia sme pripravovali **Online marketingovú stratégiu** – zhrnutie tvorí Prílohu č. 3. Jej základom bola analýza efektivity súčasných webových sídiel a využívaných sociálnych sietí. Analýza pomohla presne pomenovať očakávania od spravovaných stránok kosiceregion.com a terraincognita.sk, aby boli vylúčené konkurenčné vplyvy medzi webmi a spravovanými profilmi na sociálnych sieťach (predovšetkým na FB) a aby bol dosiahnutý synergický efekt, ktorý znásobí dosah používaných online nástrojov. Súčasťou online marketingovej stratégie sú nielen navrhované riešenia, ktoré zahŕňajú všetky v súčasnosti využívané nástroje (weby, sociálne siete, cloudy a pod.), ale aj ďalšie, doteraz nevyužívané možnosti, ktoré ponúka virtuálny priestor (aplikácie online i offline, plánovače ciest, a pod.). Cieľom marketingovej online stratégie je zjednotiť formu prezentovania KOČR KK, jej projektov a kanálov tak, aby boli ľahko identifikovateľné a vnímané ako súčasť jedného celku. Súbežne sme pracovali aj na opatreniach, ktoré nám vzišli z online marketingovej stratégie. Upravujeme web stránku programu Terra Incognita, tak aby sa web terraincognita.sk stal dôležitým informačným nástrojom pri komunikácii jednak so širokou verejnosťou, jednak s odbornou verejnosťou a aktivistami a organizátormi podujatí, ktoré majú byť lákadlom na zvýšenie návštevnosti kraja.

V súčasnosti pracujeme aj na zmene stránky kosiceregion.com, ktorá je z pohľadu poskytnutia služieb pre návštevníka momentálne nepraktická. Základná štruktúra zmeneného webu pôjde v celkovej koncepcii KOČR KK, zohľadní produktovú analýzu, stratégiu smerovania, ďalšie nastavenie aktivít KOČR KK a zameria sa na oblasť komunikácie s návštevníkmi a predovšetkým médiami.

Zmenená web stránka bude mať jasnú štruktúru, čo sa prejaví už v základnej ponuke menu Čo vidieť, Čo zažiť, Kde jesť a piť, Kde sa ubytovať, Praktické a užitočné informácie. Každá kapitola (kategória) ponúkne po otvorení jednotlivé produktové rady, línie a následne samotný produkt. Stránka bude mať aj samostatné centrum pre média, tak ako je to v zahraničí obvyklé (domáci aj zahraniční novinári budú mať informácie z jedného okna). Ďalším krokom bude preklad webu do cudzích jazykov, aby bola použiteľná pre zahraničných návštevníkov. Navrhovanú štruktúru web stránky prikladáme v Prílohe č.4. Nejedná sa o obstaranie nového webu ale o zmenu súčasnej štruktúry.

Ďalším koncepčným materiálom je **Koncepcia nového prístupu systematického zberu dát štatistických údajov a riešenia dotazníkového prieskumu**. Vedieť, kto sú naši návštevníci, prečo sem prichádzajú, čo si najviac cenia na zážitku v regióne je nevyhnutné pre zlepšenie turistického postavenia kraja. Za posledné roky neexistovala žiadna koordinovaná aktivita (okrem krátko sezónneho dotazníka), ktorá by hlbšie skúmala motivácie a charakteristiky návštevníkov.

Materiál je rozdelený na dve časti, prvá časť obsahuje postupy, tabuľky a zadanie ukazovateľov pre zber dát zo Štatistického úradu SR (príklad Príloha č 5.). Hlavnými aktivitami druhej časti sú:

1. Dotazník spokojnosti 2015
2. Online prieskum návštevníkov
3. Zber údajov podľa nových ukazovateľov
4. Prieskum návštevníkov počas podujatí
5. Zber údajov o návštevnosti z kľúčových atraktivít Košického kraja
6. Online prieskum webovej stránky www.kosiceregion.com
7. Vypracovanie profilov zdrojových trhov (krajín) navštevujúcich Košický kraj.

Súčasťou materiálu sú už hotové dotazníky v 4 jazykových mutáciách, ako aj štandardizované otázky a ukazovatele, aby bolo možné do budúcnosti zabezpečiť porovnanie a hodnotenie výstupov.

Nový prístup zberu dát nám pomôže pri definovaní oblastí záujmu KOČR KK (geograficky) a identifikovaní cieľových skupín. Na základe tohto vyhodnotenia dokáže KOČR KK určiť spôsob komunikácie destinácie, spôsob jej ponuky v marketingovom balíku a spôsob jej ponuky konkrétnym cieľovým skupinám. Z dlhodobého hľadiska je to základ pre spracovanie marketingovej stratégie, na ktorej KOČR KK v súčasnosti pracuje.

Do zberu, vyhodnocovania a aplikácie výstupov sa už zapojili aj členovia KOČR a OOCR, čo pomáha skvalitňovať vzájomnú komunikáciu a vytvára priestor pre efektívnejšie využitie dostupných zdrojov pri plánovaní a marketingovej podpore lokálnych produktov. Stávajú sa dobrým nástrojom na rozvoj destinácie a efektívnu podporu biznisu.

Ciele definované v strategických dokumentoch premieňame na skutočné aktivity.

V súčasnosti zhromažďujeme informácie a budujeme komplexné databázy, spracované máme nasledovné kategórie: produkty podľa produktových radov, kategórie Kde jesť a piť, Čo vidieť v regióne, Čo zažiť, Kde sa ubytovať, Dopravu v regióne a Praktické a užitočné informácie. V rámci organizácie sme si vytvorili systém, kde cez online formuláre zadávame údaje podľa jednotlivých kategórií a tie sa zobrazujú následne do excelovských dokumentov. Všetko funguje online s možnosťou ďalšieho dopĺňania údajov.

Ďalšou aktivitou, ktorou sa zaoberáme, je **plánovač výletov**. Ten bude samostatnou platformou na stránke kosiceregion.com, vďaka ktorej dokáže návštevník naplánovať svoj vlastný výlet s využitím všetkých vložených údajov. Je to v súčasnosti jedna z najvyhľadávanejších služieb, ktorou chce KOČR KK prilákať pozornosť širšieho okruhu návštevníkov na web kosiceregion.com. Táto

platforma sa rozrastie a KOCR KK plánuje v budúcnosti ju predstaviť ako samostatný web pripravený nielen pre región, ale všeobecne pre Kam z mesta. Kam z mesta je názov nového projektu, ktorého cieľom je mobilizovať, informovať, pozývať a motivovať domácich, ale aj zahraničných návštevníkov na cestovanie, na poznávanie a získavanie neopakovateľných zážitkov v košickom regióne (Kam z mesta – z ktoréhokoľvek mesta na výlet- napr. z Košíc na Tokaj, z Michaloviec do Zejmarskej rokliny, na výlet do Slovenského raja, do Zádielskej tiesňavy, ..). Cieľom je, aby táto služba dokázala v budúcnosti generovať zisk.

Súčasťou projektu KAM z mesta je aj mobilná aplikácia, ktorá bude fungovať v online a offline režime a poskytne záujemcom a návštevníkom kraja informácie potrebné pre rýchlu a pozitívnu orientáciu v kraji. K správe prikľadáme koncept mobilnej aplikácie – Príloha č. 6.

Aplikácia má poskytnúť jednoduchú, plnohodnotnú a praktickú informáciu pre domáceho a zahraničného návštevníka. Má ambíciu stať sa lídrom a dobrým príkladom komplexnosťou a ponukou informácií o regionálnej destinácii a prostredníctvom nej chceme naštartovať SoLoMo Marketing – Social Local Mobile.

Ciele mobilnej aplikácie je:

1. Zvýšiť návštevnosť regiónu
2. Rozpohybovať domáceho a zahraničného návštevníka
3. Udržať návštevníka a motivovať ho na ďalšiu návštevu
4. Dostať značku Košiceregion do povedomia. Etablovať sa ako regionálna autorita v oblasti CR pre návštevníkov, ako aj pre odbornú verejnosť a partnerov
5. Ponúknuť návštevníkovi ucelené info o destináciách, atraktivitách v regióne
6. Ponúknuť návštevníkovi možnosť naplánovať si vlastný výlet
7. Ponúknuť návštevníkovi zoznam QR kódov a ich využitie pri získavaní informácií a orientácii v kraji.

Táto aplikácia spojí funkčnosť troch samostatných aplikácií – 10 TOP, informácie o regióne (čo vidieť, čo robiť, kde jesť a piť, praktické info) a QR kódy. Keďže sme v štádiu zhromažďovania dát a vyhodnocovania údajov, má KOCR KK k dispozícii všetky dáta potrebné na realizovanie mobilnej aplikácie. Jej funkčnosť – verzia pre testovanie - sa očakáva do dvoch mesiacov.

Pre všetky vyššie uvedené čiastkové projekty súčasne pripravuje KOCR KK **tipy na výlety**, ktoré budú zaradené do databáz webu, plánovača výletov i mobilnej aplikácie a súčasne sa pracuje na ich tlačenej verzii v podobe katalógu, ktorý obohatí ponuku všetkých informačných centier v rámci kraja.

Ku koncepčnému nastaveniu došlo aj v Regionálnom informačnom bode (RIB) – spracovali sme **Prevádzkový poriadok a Manuál pre zamestnancov**. RIB sa stal priestorom pre prvý kontakt KOCR KK s návštevníkom, profiluje sa ako vstupná brána do regiónu, čím nedochádza k vzájomnej konkurencii informačných centier v meste, ale naopak, k vytvoreniu synergického efektu a k poskytnutiu komplexnejších informácií a služieb návštevníkovi. Počas roka 2015 realizovala KOCR KK v spolupráci s OOCR interaktívne pozvánky do regiónu, ktoré sa stretli s veľkým záujmom verejnosti. Postupne boli predstavené destinácie Slovenský raj (v spolupráci s OOCR Slovenský raj a ďalšími partnermi) pod názvom Kúsok raja v srdci mesta, Dolný Zemplín (v spolupráci s ZOOOCR Dolný Zemplín a partnermi) pod názvom Dolný Zemplín – zaujímavá dovolenková destinácia. V súčasnosti je pre verejnosť prístupná interaktívna pozvánka Vína z nášho

regiónu, pripravená v spolupráci s vinármi z celého kraja (Turnianska vínná cesta, J&J Ostrožovič, Tokaj Macik Winery, Spolok vinárov a vinohradníkov Polyhos, Pivnica Orechová a OZ Tokajské pivnice) a regionálnymi múzeami (Zemplínske múzeum, Múzeum a kultúrne centrum južného Zemplína, Vinianske obecné múzeum).

RIB bude otvorený aj počas Košických slávností vína, kde spolupracujeme s Oblastnou organizáciou VISIT KOŠICE. V mesiaci október bude KOČR KK prezentovať krásy Gemera pod názvom „Z klenotnice Gemera“, v spolupráci s mestom Košice pripravujeme výstavu sakrálneho umenia a zaujímavé aktivity chystáme aj počas Zlatého víkendu v Košiciach (Biela noc, Medzinárodný maratón mieru) – inštaláciu participačnej výšivky, program na pódiu pred RIB a ochutnávku vína vo Vínnej galérii v pivničných priestoroch Barkóczyho paláca.

Súčasťou interaktívnych pozvánok sú sprievodné podujatia – hry, prednášky, workshopy, ale aj ochutnávky – zamerané na ďalšie priblíženie predstavovanej lokality alebo témy.

Okrem informačnej a prezentačnej činnosti rozbiehame v RIB podnikateľskú činnosť. Začali sme s predajom lístkov na rôzne akcie členom OOCR, do predaja sme dali suveníry aj knihy, zatiaľ len na komisionálny predaj (opäť tak, aby nedochádzalo ku konkurencii, RIB sa sústreďí na región). Ďalším strategickým dokumentom bude v budúcnosti podnikateľský plán organizácie, ktorý zohľadní aj možnosti podnikania RIBu. RIB je pozvánkou a vstupnou bránou **do regiónu**.

KOČR KK sa v roku 2015 zameriava na zvýšenie kvality a úrovne PR aktivít. Pre tento rok sme si vybrali za nášho generálneho mediálneho partnera Rádio Košice. Rozbehli sme **rubriku Košice región turizmus**, kde dávame priestor pre vysielanie aj OOCR. Rubrika je vysielaná každú druhú stredu o 10:30 a 17:30 hod. Od mája do decembra bude odvysielaných 17 rubrik, z toho 8 rubrik nahrajú OOCR. Cielene sme volili aj výber inzercií.

V štádiu prípravy je aj obstaranie vlastných bilbordových nosičov na vstupe do regiónu. Rozbehli sme newsletter, ktorý v súčasnosti odoberá vyše 1500 recipientov, spolu s tlačovými besedami a tlačovými správami zvyšujú záujem verejnosti o dianie v kraji a aktivitách KOČR KK. Pri všetkých PR aktivitách poskytuje KOČR KK priestor OOCR a členským organizáciám.

Účinnosť týchto aktivít sa prejavuje v zlepšenej komunikácii KOČR KK s médiami, v kvalitnejšej informovanosti verejnosti a v etablovaní organizácie v systéme poskytovateľov služieb v oblasti CR v kraji. KOČR KK realizuje aj infocesty pre zahraničných novinárov – význam – tipy na výlety, články v zahraničí, kontakty s novinármi, zahraničný marketing.

V rámci Stratégie smerovania KOČR KK, oblasť Rozvoj destinácie, sme spracovali program podpory členov OOCR prostredníctvom Grantového programu pre podporu a tvorbu produktov cestovného ruchu. Grantový program charakterizujú 3 novinky:

1. Ide o pilotný program, doposiaľ žiadna krajská organizácia cestovného ruchu nemá takýto model financovania členov OOCR.
2. Oprávneným žiadateľom sú len OOCR, teda subjekty, ktoré priamo pôsobia v oblasti cestovného ruchu.
3. Ďalšou novinkou je forma spoluúčasti. Rozhodli sme sa pre tzv. vyzývavý model, to znamená, že subjekt, uchádzajúci sa o podporu, musí prispieť rovnakou sumou, akú z grantu získa, až do výšky 10.000 eur, čo je maximálna hodnota grantu. Vychádzame z filozofie, že ak má záujemca kvalitný zámer, uvažuje aj nad vlastnými investíciami do jeho realizácie. Preto 50 % spoluúčasť je pre nás garanciou, že pôjde o skutočne kvalitné projekty s dlhodobou udržateľnosťou a teda prínosom pre rozvoj v oblasti cestovného ruchu.

Cieľom grantového programu je:

- podporiť tvorbu nových a/alebo inovovaných produktov cestovného ruchu, ktoré budú smerovať

k zvýšeniu návštevnosti kraja a jeho atraktívnosti,

- podporiť produkty, ktoré zvyšujú kvalitu a jedinečnosť zážitkov v regióne,
- podporiť produkty, ktoré poskytujú návštevníkom kraja pridanú hodnotu a sú zamerané na uspokojovanie ich súčasných i budúcich potrieb,
- podporiť aktivity členov oblastných organizácií cestovného ruchu, smerujúce k rozšíreniu poskytovaných služieb,
- podporiť rozvoj spolupráce lokálnych aktérov v cestovnom ruchu pri tvorbe atraktívnych produktov pre návštevníkov Košického kraja,
- iniciovať vstup ďalších subjektov do oblastných organizácií cestovného ruchu za účelom posilnenia rozvoja podnikateľskej činnosti v cestovnom ruchu s pozitívnym dopadom na rozvoj podnikania malých a stredných podnikateľov v cestovnom ruchu.

Grantový program je zameraný na tri oblasti. Prvá oblasť (oživená história a kultúrne dedičstvo) je orientovaná na turistické objavovanie histórie, osobností, legiend, príbehov a tradícií, ktoré sa viažu k známym aj neznámym, či novo obnoveným hmotným pamiatkam. Druhá (zážitkové atrakcie) má ponúknuť prírodné, kultúrne aj historické danosti miesta prostredníctvom zážitkových foriem. V tretej oblasti (wellnes a relax) iniciujeme tvorbu nových netradičných ponúk na oddych a primerané pohybové aktivity.

Grantový program bude vyhlásený 16.septembra 2016, zverejnený na webstránke kosiceregion.com a vucke.sk. KOOCR KK bude následne iniciovať v spolupráci s OOCR informačné semináre v kraji.

Výrazne sa venujeme marketingu. Spracovali sme brožúry – TOP 2015, Zatancuj pocifruj, pripravujeme už spomínaný Katalóg výletov a v pláne máme ešte Kalendár podujatí na rok 2016.

Uskutočnili sme niekoľko súťaží a hier pre návštevníkov (Vedomostná súťaž (február 2015), Fotosúťaž – Odfoť Košický kraj (1. 5. - 30. 6. 2015), Krásnohorské hradné hry (4. 8. 2015)

Dolný Zemplín (24. 6., 29. 6., 6. 7., 13. 7., 20. 7., 28. 7. 2015), Dolný Zemplín – Motozraz sveta motocyklov na Zemplínskej šírave (11. 8. 2015)).

Zúčastnili sme sa niekoľkých veľtrhov a výstav - ITF SlovakiaTour 2015, Holiday world Praha 2015, Utazás Budapest 2015, ITB Berlín, Miskolc, Maďarsko, GLOB Katowice, Poľsko a realizovali sme nasledovné infocesty : Aktívna jar v Košickom regióne, Izrael TV, Gastronómia v Košickom kraji, Košice City Break Destination.

KOOCR KK v roku 2015 prevzala úlohu implementačného orgánu programu Terra Incognita. Z dlhodobého pohľadu ide o veľmi dobrý krok, ktorý napomáha vytvárať synergický efekt pri realizácii aktivít programu v rámci kraja v prospech rozvoja cestovného ruchu v celom segmente.

Cieľom KOOCR KK na rok 2015 bolo presvedčiť OOCR o opodstatnenosti a zmyslu programu, etablovanie programu v rámci KOOCR KK, zviditeľnenie a posilnenie značky, podpora rozšírenia a zvyšovania kvality krátkodobej a dlhodobej turistickej ponuky a získavanie nových partnerov. Všetky tieto ciele pomáhajú aj rozvoju KOOCR KK a jej členských organizácií a napomáhajú zvyšovať povedomie o atraktívnosti kraja.

Nosnou aktivitou programu Terra Incognita v roku 2015 je séria TOP podujatí, ktoré pripravuje KOOCR KK v spolupráci s miestnymi organizátormi. Do konca augusta sa uskutočnilo šesť Top podujatí Terra Incognita. KOOCR KK organizátorom poskytovala metodickú a technickú pomoc pri príprave a realizácii podujatia. Vstupovala aktívne do dramaturgie programu a turistickej ponuky. Všetkým podujatiam bola poskytnutá aj marketingová podpora, ktorá zahŕňala pre každé podujatie 20 billboardov v Košickom kraji, 3000 programových letákov a 3000 letákov s krátkodobou

zľavnenou ponukou, 25 plagátov formátu A2, 8 x polep zadných plôch autobusov Eurobus a Arriva, ako aj polep na zadných plochách služobných automobilov, celostranovú inzerciu v mesačníku Kam do mesta, 200 kusov pozvánok, propagáciu v Rádiu Košice, promo na stránkach terraincognita.sk, kosiceregion.com a na facebookových profiloch. Pri propagácii bol použitý aj nový reklamný formát – reklamné wifi v autobusoch spoločnosti Eurobus, čo znamená, že reklama podujatia bola na vstupnej stránke na internet po prihlásení sa na wifi v autobusoch. K dvom podujatiam – Jánske ohne nad širavou a Krásnohorské hradné dni – boli zrealizované aj živé pozvánky v centre mesta Košice. Celkovo možno konštatovať, že realizované Top podujatia prilákali aj vďaka kvalitnému marketingu, omnoho väčšie množstvo návštevníkov na podujatie i do príslušného regiónu ako po minulé ročníky ich konania. Na každom podujatí fungoval aj propagačno-prezentačný stánok programu Terra Incognita, ktorý návštevníkom ponúkal nielen tipy na výlety, informácie o zaujímavých miestach a možnostiach rodinných výletov v okolí miesta konania podujatia, ale v rámci aktivít v tomto stánku mohli využiť aj virtuálne fotografovanie.

KOCR KK hodnotí veľmi pozitívne komunikáciu a spoluprácu s väčšinou organizátorov podujatí. Na úrovni KOCR KK a zástupcov organizátorov sa konali operatívne pracovné stretnutia, výmena informácií bola, okrem výnimiek, rýchla a bezproblémová.

Druhou významnou aktivitou KOCR KK v programe Terra Incognita je implementácia dotačnej výzvy „Podujatia 2015“. Výsledkom realizácie tejto výzvy je séria 16 podujatí v celom kraji, ktoré majú potenciál zaujať pozornosť širšieho publika. Implementácia výzvy sa realizuje v spolupráci s OOCR v kraji. KOCR KK zabezpečuje celú administráciu výzvy – od zbierania projektov cez ich vyhodnocovanie, výber podporených prostredníctvom riadiaceho výboru, ktorého členmi sú aj OOCR, pomoc pri realizácii projektov, marketingové usmernenie (presadzovanie jednotnej línie propagácie s dobre čitateľnou značkou programu a zaradenie konkrétnych projektov do „rodiny“ Terra Incognita), správy o projektoch a ich vyhodnocovanie i finančné toky spojené s realizáciou projektov.

Pre rok 2016 pripravuje KOCR KK ďalšie smerovanie programu TI, jeho udržateľnosť, jeho rozšírenie o ďalšie tematické cesty (Po stopách osobností, Cesta tradícií, Akadémia TI), ďalšie posilnenie pozície TOP podujatí a podnietenie ponuky nových produktov prostredníctvom výzvy spojenej s investičnou aktivitou. Ďalšie smerovanie programu Terra Incognita bude predložené na rokovanie Riadiacemu výboru TI a zastupiteľstvu KSK.

KOCR KK prešla na projektové riadenie, nastavenie organizácie cez funkčný systém zadávania a kontroly úloh na online formulári Action plan list cez internet. KOCR KK obstaráva prostredníctvom EKS, máme nastavený systém vnútorného riadenia – systém smerníc, organizovaného plánovania aktivít. Výrazne sme sa posunuli v spolupráci s OOCR, prebiehajú operatívne pracovné stretnutia, realizujeme spoločné aktivity (interaktívne pozvánky, spoločné kampane, ...).

Všetky aktivity KOCR KK či už v rámci plánu aktivít, realizácii projektu Kam z mesta s podporou štátnej dotácie alebo implementácie programu Terra Incognita smerujú k naplneniu základnej úlohy – zvýšeniu atraktívnosti kraja a prilákaniu a udržaniu návštevníkov ponukou kvalitných služieb a výberom jedinečných atrakcií. Segment cestovného ruchu je z dlhodobého hľadiska významným zdrojom zvyšovania kvality života obyvateľov kraja a jeho rozvoja.