

A MAGYAR TURIZMUS ZRT. GASZTRONÓMIÁT NÉPSZERŰSÍTŐ AKCIÓI 2009-BEN



Tartalomjegyzék

BEVEZETŐ	3
KÖZPONTI AKCIÓK	3
Torkos Csütörtök	3
Borszerda	4
Nytott Pince Napok.....	5
Plakátkampány.....	5
Márton-napi Libao(u)r.....	6
RÉGIÓS AKCIÓK	8
Balaton	8
Dél-alföld	9
Dél-Dunántúl	11
Észak-alföld.....	12
Észak-Magyarország	13
Közép-Dunántúl.....	14
Nyugat-Dunántúl.....	14
KÜLKÉPVISELETEK AKCIÓI	15
Németország	15
Ausztria	15
USA	17
Olaszország	18
Spanyolország.....	18
Ukrajna.....	19
Belgium	19
Hollandia.....	19
Észak-Európa.....	19
Kína	20
SZAKMAI KAPCSOLATOK	21
TANULMÁNYUTAK	22
MÉDIA-MEGJELENÉSEK	24

BEVEZETŐ

A magyar borok és gasztronómia kulturális örökségünk része, amelyre az MT Zrt. is nagy hangsúlyt fektet marketingtevékenysége során. A 2009-es Kulturális Turizmus Évének egyik pillérét a „Bor és gasztronómia” képezte, valamint a 2010-es Fesztiválok Évében is kiemelt feladatai közé tartozik a nemzeti turisztikai marketingszervezetnek a gasztronómiai események, fesztiválok kommunikációja a szakmai szervezetekkel együttműködésben.

A Társaság kiemelten fontosnak tartja a nemzetközi piacon is a bor és gasztronómiai lehetőségek népszerűsítését, ennek érdekében piáspecifikus kiadványaiban, külföldi megjelenéseiben is nagy hangsúlyt kap a bor és gasztronómiai turisztikai kínálat. Külképviselési hálózatának segítségével az MT Zrt. rendszeresen tanulmányutakat szervez, amelyeknek célja a magyarországi borturizmus és a borvidékek, borutak megismertetése a szakmával és a nagyközönséggel. A Magyar Turizmus Zrt. emellett hirdetésekkel, reklámokkal, filmekkel és kiállításokon, prezentációkon, roadshow-kon népszerűsíti Magyarországon bor- és gasztronómiai kínálatát.

KÖZPONTI AKCIÓK

Torkos Csütörtök

A Torkos Csütörtök akciót a Magyar Turizmus Zrt. 2006-ban indította el a Bor és Gasztronómia évében, a Nagy Ízutazás eseménysorozat részeként. Az immár hagyománnyá vált eseményt a Társaság 2009-ben, a Kulturális Turizmus Évében negyedszer is megrendezte. Az akció sikerét jelzi, hogy 2009-ben minden eddiginél több, **rekordszámú, 1294 vendéglátóhely csatlakozott** országszerte a kezdeményezéshez. 2006 óta több mint duplájára nőtt a csatlakozó éttermek száma (2006: 499, 2007: 683, 2008: 1060, 2009: 1294) Idén összesen **230.000 vendég „torkoskodott”**.

Annak érdekében, hogy minél többekhez eljusson az akció híre és a csatlakozott vendéglátóhelyek listája, a Magyar Turizmus Zrt. 2009. január végén tájékoztatást adott a Torkos Csütörtökről és az akcióban részt vevő vendéglátóhelyek elérhetőségeiről az Itthon otthon van turisztikai mellékletben, amely behúzásra került a Magyar Nemzet, Világgazdaság, Népszava, Vasárnapi Hírek, Hölgyvilág, Fanny és RTV részletes lapokba, valamint elérhető volt a MÁV és a Tourinform irodákban, illetve a MOL benzinkutaknál is. Az érdeklődők, a Népszabadság február 12-én „Enni-, Inni-, Láttnivaló” címmel megjelent Torkos Csütörtök különszámában is értesülhettek az akció részleteiről.

Az akció által generált hírérték mintegy 55 millió Ft volt.

A vendégektől és a csatlakozott szolgáltatóktól érkezett visszajelzések alapján elmondható, hogy az akció nem csupán a vendégek körében egyre népszerűbb, de az étteremtulajdonosok is fontosnak tartják az akció promóciós értékét.

A Magyar Turizmus Zrt. a vendéglátóhelyekre és a fogyasztókra egyaránt kiterjedő felmérést végzett, ennek főbb eredményei:

- ✓ **100-ból 75 résztvevő étterem vidéki volt.**
- ✓ **Átlagosan 177 torkoskodót fogadtak az éttermek, tízből kilencen előzetesen bejelentkeztek.**
- ✓ **Összesen 230 ezren torkoskodtak.**
- ✓ **A vendégek többsége – 2009-ben 83%-a – az étterembe érkezéskor már tudott az akcióról.**

- ✓ **Az éttermek 49%-a számára a bevételek jóval kedvezőbben, további 40%-a számára kedvezőbben alakultak 2009. február 26-án.**
- ✓ **Minden 100 étteremből 80 jóval kedvezőbb, további 17 kedvezőbb vendégforgalomról adott számot, mint ahogy ez egy átlagos február végi napon várható.**
- ✓ **Minden 100 válaszadó étteremből 93 a jövőben is szívesen venne részt hasonló akcióban.**

A Magyar Turizmus Zrt. a 2010-es Fesztiválok Éve keretében is meghirdette az immár védjeggyé vált Torkos Csütörtök akciót. 2010-ben a néphagyományon alapuló, a Hamvazószerdát követő napon zajló akció február 18-ára esik.

Borszerda

Az immár hagyománnyá vált Torkos Csütörtök akció mintájára 2009-ben először került megrendezésre a Borszerda a Magyar Bormarketing Kht. szervezésében. Az akció – amelynek kommunikációs partnere a Magyar Turizmus Zrt. volt – keretében 2009. április 29-én, a csatlakozó éttermekben fél áron kínálták a magyar bort és a pezsgőt, a főételek mellé pedig egy ajándék pohár bort kaphattak a „jóra szomjazók”. Az esemény – a Torkos Csütörtökhöz hasonlóan – jól illeszkedett a Kulturális Turizmus Évéhez, hiszen a kampányév öt fő termékcsoportjának egyike a bor és gasztronómia volt.

Az akció főbb eredményei:

A Borszerdához **csatlakozott éttermek és kereskedők 90 százaléka 2010-ben is részt kíván venni** az akcióban – derült ki az eseményt szervező Magyar Bormarketing Kht. és a Magyar Turizmus Zrt. közös felméréséből. A szervezők a debütáló esemény résztvevőinek számával is elégedettek, a kérdőívre érkezett válaszok pedig bizonyították: megérte Borszerdázni.

A Borszerda eseményen összesen **437 étterem és borszaküzlet vett részt** 2009. április 29-én: 142 budapesti, 295 vidéki résztvevője volt az akciónak. Az eseményhez országszerte 377 étterem és 60 borszaküzlet csatlakozott. A turisztikai régiók tekintetében a Budapest–Közép-Dunavidék szerepelt a legjobban, amely az összes résztvevő 44 százalékát adta, míg a legenyhébb érdeklődés Észak-Alföldön mutatkozott, 5 százalékát adva az összes csatlakozónak.

A válaszokból kiderül, hogy a csatlakozó éttermek 40 százaléka korábban nem vett részt hasonló jellegű eseményen, így a Torkos Csütörtök akcióban sem.

A válaszadók több mint negyede gondolta úgy, hogy a vendéglátóhelyét, illetve üzletét felkeresők száma április 29-én „jóval kedvezőbben” vagy „kedvezőbben” alakult, mint egy átlagos április végi napon. A válaszadók negyede a bevétel növekedéséről számolt be, míg 60 százalékuk szerint a bevétel tekintetében nem mutatható ki szignifikáns eltérés – annak ellenére, hogy Borszerdán minden magyar borból és pezsgőből fél áron lehetett rendelni, és a főétel mellé ajándék pohárral járt a ház borából.

Telt ház miatt csak a válaszadók elenyésző kisebbségénél, 2,5 százalékánál kellett vendéget visszautasítani. A megkérdezettek 20 százaléka úgy vélte, forgalma várhatóan növekszik a Borszerdát követő napokban, 40 százalékuk szerint pedig az akció hatására bővülni fog vendégkörük. „Nagy sikernek tekintjük, hogy a válaszadók 90 százaléka szívesen venne részt máskor is hasonló akcióban” – mondta Szabó Borbála, a Magyar Bormarketing Kht. belföldi programigazgatója.

Nyitott Pince Napok

A Kulturális Turizmus Éve „Bor és gasztronómia” pillérének jegyében, a Nyitott Pincék Szövetsége, a Bacchus Arts Stúdió, a Magyar Bormarketing Kht., a Magyar Turizmus Zrt. és a magyarországi borvidékek pincészei összefogásában 2009-ben ismét, negyedszer is megrendezésre került a Nyitott Pince Napok akció. Az immár hagyománnyá vált nagysikerű Nyitott Pince Napok keretében **több mint 150 csatlakozott pincészet** Pünkösdkor, 2009. május 30. és június 1. között várta a borkedvelőket, kedvezményes, illetve ingyenes borkóstolóval. Az akció célja a pincelátogatás népszerűsítése és a hazai borturizmus élénkítése volt. Az esemény szorosan kapcsolódott a Kulturális Turizmus Éve „Bor és gasztronómia” pilléréhez, az MT Zrt. ezért is széleskörű promóciót fejtett ki az akció népszerűsítésére.

Az akció keretében a csatlakozott pincészetek vállalták, hogy a három nappól minimum két napon 9 és 19 óra között nyitva tartanak, továbbá a gazda vagy a borhoz értő személyzet fogadja a betérő vendégeket. Az érdeklődők megtekinthették a pincészetet, továbbá kedvezményesen – akár ingyenesen, vagy fél áron – kóstolhatták meg a pince borait, és a vásárolt borok árából is engedményt kaptak.

Annak érdekében, hogy minél több emberhez eljusson az akció híre és a csatlakozott pincék listája, az MT Zrt. már az Utazás Kiállításon is népszerűsítette az eseményt szórólapokon, valamint rádiós és televíziós programajánló műsoraiban, továbbá a Tourinform hálózat segítségével is tájékoztatást adott a Nyitott Pince Napokról és az akcióban részt vevő pincék elérhetőségeiről.

A rendezvényről, valamint az akcióban részt vevő pincészetekről bővebb információt az alábbi helyeken kaphattak az érdeklődők:

- ✓ Az ország Tourinform-irodáiban.
- ✓ A májusi **„Itthon otthon van”** mellékletben, amely behúzásra került a Magyar Nemzet, Népszava, Világgazdaság, Vasárnapi Hírek, Hölgyvilág, Fanny, RTV Részletes lapokba, továbbá a MOL benzinkutakon is elérhető.
- ✓ A www.itthon.hu és a www.nyitotpince.hu honlapokon.
- ✓ A Magyar Bormarketing Kht. által kiadott Pesti Est különszámban.

Plakátkampány

A témaév népszerűsítésére a Magyar Turizmus Zrt. nagyszabású plakátkampányt indított februártól Budapesten. A kampány keretében 100 db óriásplakát, 300 db city light, valamint metrókocsikban elhelyezett 200 db kisplakát, továbbá 700 db budapesti parkolóórán kihelyezett plakát irányította az érdeklődők figyelmét a kampányéve.

A plakátkampány 2009. június végéig zajlott, az egyes időszakokban pedig a témaév 5 pillére – „Bor és gasztronómia”, „Élő hagyományok”, „Fesztiválok, kulturális rendezvények”, „Friss: a XXI. század kultúrája, kortárs művészet”, „Városlátogatás” – közül mindig három került a középpontba. A plakátokon az „Itthon láss csodát!” szlogen és az „Üdüljön kedvezményesen!” üzenet volt olvasható, amellyel az MT Zrt. egyrészt Magyarország számos – köztük jó néhány felfedezésre váró – „csodájára”, másrészt pedig a kampányévben kínált kedvezményekre hívta fel a figyelmet.

Februárban a Kulturális Turizmus Éve keretében a városlátogatást, az élő hagyományokat és a bor és gasztronómiai kínálatot népszerűsítette a Zrt.



Magyar Turizmus ZRt.

1115 Budapest, Bartók Béla út 105-113.

Tel: (06-1)488-8700 • Fax: (06-1)488-8600

E-mail: info@itthon.hu • www.itthon.hu

MAGYARORSZÁG

Márton-napi Libao(u)r



2009-ben első alkalommal rendezte meg a Márton-napi Libato(u)r elnevezésű akciót a Magyar Turizmus Zrt. a Szabadtéri Néprajzi Múzeummal és a Tájházak Szövetségével együttműködésben a Kulturális Turizmus Éve „Bor és gasztronómia”, valamint „Élő hagyományok” pillérének népszerűsítése jegyében. Az akció keretében a november 7-8-i hétvégén, az ország 17 helyszínén,

skanzenekben és tájházakban színes Márton-napi programkínálattal váreák az érdeklődőket. A játékos kedvűek értékes ajándékokat is nyerhetnek a <http://kultura.itthon.hu> oldalon meghirdetett „Ker(g)esd a libát!” játék keretében. Az akcióhoz szálláshelyek is csatlakoztak, amelyek országszerte kedvezményes szálláslehetőséget kínáltak kulturális programokkal együtt.

Részt vevő tájházak és skanzenek az alábbiak voltak:

1. Szabadtéri Néprajzi Múzeum, Szentendre
2. Békési Tájház
3. Ópusztaszeri Nemzeti Történeti Emlékpark
4. Sarródi Tájház
5. Kisgyerek Alapítvány Tájház, Dabas
6. Kondorosi Csárda Múzeum
7. Kurucz Albert Falumúzeum, Konyár
8. Abodi Tájház
9. Endrődi Tájház és Helytörténeti Gyűjtemény, Gyomaendrőd
10. Szlovák tájház, Szarvas
11. Sóstói Múzeumfalu, Nyíregyháza-Sóstógyógyfürdő
12. Felpéci Tájház
13. Újbarki Tájház, Újbarok
14. Fertőhomoki Tájház
15. Német Nemzetiségi Tájház, Dunaharaszti
16. Bátai Tájház
17. Hidasi Tájház

Az esemény népszerűsítésére az MT Zrt. nagyközönségi internetes játékot is szervezett a www.itthon.hu portál Kulturális Turizmus Éve tematikus aloldalán, a <http://kultura.itthon.hu>-n.

Az érdeklődők az oldal „Márton-napi Libato(u)r” menüpontjában az akcióval kapcsolatos, hét kérdésből álló kvízt találtak, amelyekre a honlap Márton-napi cikkei között lelhatték meg a válaszokat. A helyes megfejtést tartalmazó cikkeket Márton, a liba fotójáról könnyen fel lehetett ismerni, továbbá segítségként a kérdések mellett fel volt tüntetve annak a turisztikai régióknak a neve is, amelynek programjára a kérdés vonatkozik. A játék keretében a szerencsések Skanzen-belépőket és Márton-napi borvacsorát nyerhettek a Szabadtéri Néprajzi Múzeum felajánlásában.



Magyar Turizmus ZRt.

1115 Budapest, Bartók Béla út 105-113.

Tel: (06-1)488-8700 • Fax: (06-1)488-8600

MAGYARORSZÁG

E-mail: info@itthon.hu • www.itthon.hu

A Márton-napi Libato(u)r népszerűsítésére a Szabadtéri Néprajzi Múzeum országos receptversenyt is hirdetett, amelynek nyertese egy Tisza-tavi hétvégén vehetett részt az MT Zrt. felajánlásában.

Szállásajánlatok, kulturális csomagok

A „libato(u)rozókat” országszerte 240 – kulturális programmal összekapcsolt – kedvezményes szállásajánlat is várta, a Márton-napi Libato(u)r eseményein felül ugyanis további izgalmas programokat kínáltak maguk a – Kulturális Turizmus Évéhez csatlakozott – szálláshelyek is. Az utazók, a kultura.itthon.hu honlap segítségével is nagyszerű programot szervezhetnek maguknak erre a hétvégére.

RÉGIÓS AKCIÓK

Balaton

✓ Mandula Ünnepe

A Magyar Turizmus Zrt. a Kulturális Turizmus Évében kiemelt feladatának tartja a hazai sokszínű kulturális kínálat népszerűsítését. 2009. április 17-19. között **Dr. Róna Iván**, a Zrt. vezérigazgatójának fővédnökségével rendezték meg a Balaton régió szezonnyitó **"Mandula Ünnepe 2009"** rendezvénysorozatát, amelynek megnyitójára április 17-én, Alsóörsön került sor. Az öt község - Alsóörs - Csopak - Felsőörs - Lovas – Paloznak közös rendezvénye 2007-ben indult útjára, hogy a hagyományteremtő céllal összeállított programok során a vendégek megismerjék a települések értékeit, természeti adottságait, borait és gasztronómiáját. Az érdeklődőket bor-, horgász-, valamint halfőző versennyel és további színes programkínálattal várták.

✓ Nemzeti vízi vágta a Balatonon

Nemzeti Regatta elnevezéssel 2009. szeptember 5-én vitorlásversenyt rendeztek Balatonszemesen, a Magyar Turizmus Zrt. közreműködésében. Az eseményen a budapesti Nemzeti Vágtához hasonlóan különböző települések csapatai álltak rajthoz. A regatta – amellett, hogy vonzó turisztikai attrakció lesz – sikerrel népszerűsítette a Balatont és a versenyen induló településeket. A verseny idején egész napos programot szerveztek: bemutkoztak a régió települései, volt légi parádé és vitorlások, valamint sétahajók felvonulása. A rendezvényen a Magyar Turizmus Zrt. Balatoni Regionális Marketing Igazgatóságának (BRMI) munkatársai várták az érdeklődőket balatoni látnivalókról, szállás- és túra lehetőségekről, illetve az őszi programokról szóló információkkal.

A rendezvény része volt a BRMI által kiemelt megjelenésként kezelt „Balaton - Zell am See International Skiyachting Cup 2009” nevű eseménynek, amelynek második állomásán, Kaprunban, novemberben, jellegzetes balatoni ételekkel, "Magyar-nappal", balatoni attrakciókkal és természetesen régiós kiadványokkal mutatkozott be a Balaton régió - szintén az MT Zrt. képviseletében. A kitelepülés során elsősorban az aktív időtöltési lehetőségeket (ezen belül is a vízi turizmus), valamint a **bor és gasztronómiát** népszerűsítette a Zrt.

✓ Őszi felüdülés a Balatonon

A Balaton régió őszi gasztrofesztiváljaira, kulturális rendezvényeire, aktív programjaira, szállásajánlatokra, kirándulási lehetőségekre a Magyar Turizmus Zrt. Balatoni Regionális Marketing Igazgatósága (RMI) többek között a **„Jóízű rendezvények, zenei csemegék”** elnevezésű bannerkampánnyal is felhívta a figyelmet. A régió őszi turisztikai ajánlatait az RMI www.gyereabalatonra.hu weboldalának őszi microsite-ja fogta egy csokorba. Az internetes kampánnyal a www.port.hu, a www.vendegvaro.hu, valamint a www.iranymagyarorszag.hu oldalakon is találkozhattak az érdeklődők, továbbá az őszi kampány részeként rendszeres kulturális programajánló is hallható volt a Sláger Rádióban.



✓ Ingyencsemegék, vendégvárosok: ez volt a Balaton októberben!

A Magyar Turizmus Zrt. Balatoni Regionális Marketing Igazgatósága a Kulturális Turizmus Évében az őszi kommunikációjának középpontjába a „bor és gasztronómiát” – mint a tematikus év egyik pillérjét – állította. Rendezvényajánlóit több országos napilapban és

kommunikációs csatornán megjelentette. Ezek a kedvcsinálók – kiegészülve a régió egész éves, a belföldi turizmus élénkítését célzó marketingkommunikációjával, valamint az érintett települések saját promóciójával – az elmúlt hétvégén két, a balatoni halakhoz köthető gasztronómiai rendezvényre irányították a figyelmet.

✓ **A Balatonnál is szeretjük a „libaságokat”**

A 2009. évet záró adventi-karácsonyi hangulatot megelőzően még egy jelentős ünnepkör és az ehhez kapcsolódó népszokások rendezvényeinek adott otthont a Balaton régió. Tekintettel arra, hogy a Magyar Turizmus Zrt. Balatoni Regionális Marketing Igazgatósága (RMI) őszi kommunikációjának középpontjában a gasztronómia állt, a Balatoni RMI PR anyagaiban, rendezvényajánlóiban kiemelt szerepet kaptak a libás vacsorák és az újbórhoz kötődő programok.

Hagyományosan a Márton-naphoz legközelebb eső szombat, 2009-ben *november 7.* volt az időpontja a Kenesei Ősz programsorozat keretében megrendezett **Márton-napi Libatomak**, ahol a délután során minden tekintetben meg lehetett ismerkedni e nemes szárnyassal, és természetesen számos formában meg is kóstolhattuk. Bortermelő vidék lévén a Badacsonytördemecen élők számára is fontos ünnep az újbor kiforrása utáni első kóstolgatás. Évek óta hagyományosan az újbor ünnepéhez, **Márton-naphoz** kapcsolódik a *november 14-i Újbor-vacsora*, amelyhez a libát közösségi összefogással a Falukemencében sütik meg. Az Első Magyar Látványtár Kiállítóháza a Balaton-felvidéki Tapolca-Diszelen 1997 nyaratól látogatható. Már hagyományos program Diszelen **Márton-napi búcsúján**, *november 15-én*, a Nyitott nap, ahol minden érdeklődőt szeretettel vártak jó találkozásokra, beszélgetésekre, gazdagon terített asztal és csobánci bor mellett.

Dél-alföld

✓ **„Fesztiválok és rendezvények a Dél-Alföldön”**

A 2009-es Kulturális Turizmus Éve keretében a Magyar Turizmus Zrt. kampányt indított a Dél-Alföld régióban **„Fesztiválok és rendezvények a Dél-Alföldön”** címmel. A március-június között zajló kampány célja a régió kulturális és gasztronómiai rendezvényeinek népszerűsítése volt elsősorban a családok és a fiatalabb korosztály körében. Az akció során, turisztikai portálokon online hirdetéseket helyezett el az MT Zrt., továbbá a Kalandjárat c. TV műsor májusi és augusztusi adásában is a régió rendezvényei és kulturális attrakciói kerültek a figyelem középpontjába.

✓ **Dél-alföldi rendezvények látogatására csábít az MT Zrt.**

A Magyar Turizmus Zrt. Dél-Alföldi Regionális Marketing Igazgatósága (RMI) kiemelt hirdetési kampányt folytatott a Vendégváró.hu internetes portálon, amelynek keretében fél éven át a régió legfontosabb rendezvényeit népszerűsítik. Az RMI szeptemberben két cikket helyezett el a portál hírlevelében, amelyekben a Szentesi Bor- és Pálinkaünnep és Térfesztiválra, a kalocsai Paprikás Ételek Főzőversenyére, valamint a pusztamérgesi Szüreti Fesztivál és Kakaspörkölt-főző Versenyre hívták fel az érdeklődők figyelmét. A rendezvények – szorosan kapcsolódva a Kulturális Turizmus Éve „Bor és gasztronómia” pilléréhez – célja a dél-alföldi hungarikumok és a táj gasztronómiai kínálatának népszerűsítése volt.

✓ **Tanulmányút**

A Magyar Turizmus Zrt. Dél-Alföldi Regionális Marketing Igazgatósága (RMI) kiemelt kampányt folytatott Szerbiában a régió turisztikai kínálatának népszerűsítése érdekében. Az augusztus végi tanulmányút keretében szerb újságírók a gyógy- és termálfürdőket látogatták meg. A szeptember 26-28-i tanulmányút során a szerbek másik kedvelt témája, a **bor és**

gasztronómia, azon belül is a Hajós-Bajai Borút, valamint a szüreti rendezvények közül a kiskunmajsai Szüreti Fesztivál kerültek bemutatásra.

✓ IX. Csabai Sörfesztivál és Csülökparádé

2009. május 27. és június 1. között Békéscsabán rendezték meg a IX. Csabai Sörfesztivált és Csülökparádét. Az esemény május 28-i hivatalos megnyitóján köszöntőt mondott **Domokos László**, a Békés Megyei Önkormányzat elnöke, **Vantara Gyula**, Békéscsaba Megyei Jogú város polgármestere és **Dr. Róna Iván**, a Magyar Turizmus Zrt. vezérigazgatója.

A több napos fesztivál több csemegével és különlegességgel is szolgált. A sörkülönlegességek mellett, a sörhöz kiválóan illő csülökről sem feledkeztek meg a szervezők. A közönséget pedig mindennap élő koncertek szórakoztatták. A több mint 100 csapat részvételével zajló csülökpörkölt főző versenyen az elkészített ételeket számos elismert személyiség pontozta, úgy mint Benke Laci bácsi olimpiai bajnok mesterszakács, Prohászka Béla, a Magyar Nemzeti Gasztronómiai Szövetség elnöke, Fésűs Nelly és Szomor György színészek és Dr. Róna Iván, a Magyar Turizmus Zrt. vezérigazgatója.

Naponta több 10.000 látogató kísérté figyelemmel a főzőversenyt és az élő koncerteket. A cirkuszi mutatványok fortélyait a gyereknapi keretük között pedig több ezer gyerek sajátúthatta el.

Magyarország legnagyobb sörfesztiválja céljai között szerepel a kulturált sörfogyasztás megteremtése és népszerűsítése, Békéscsaba város turisztikai kínálatának bővítése, a nemzetközi kapcsolatok erősítése, valamint gasztronómiai különlegességek bevezetése.

A Magyar Turizmus Zrt. kiemelt feladatának tartja a nagy turisztikai vonzerővel rendelkező események népszerűsítését: a Csabai Sörfesztivál és Csülökparádé szorosan illeszkedett a Kulturális Turizmus Évének „Bor és gasztronómia pilléréhez”, továbbá a 2010-es Fesztiválok Évéhez is.

✓ A kultúrát és a hagyományőrző gasztronómiát ünnepelték a III. gyulai Várkerti Vigasságok keretében

2009. augusztus 28-30. között harmadik alkalommal került megrendezésre Gyulán a Várkerti Vigasságok, melyet méltán nevezhetünk Mangalica - Szürkemarha Fesztiválnak is. Az eseményt – amelyre több ezren voltak kíváncsiak – **Domokos László**, a Békés megyei Közgyűlés elnöke, **Dr. Perjési Klára**, Gyula város polgármestere és **Dr. Róna Iván**, a Magyar Turizmus Zrt. vezérigazgatója nyitotta meg. A Vigasságok keretében idén másodszor rendeztek szürkemarha tokány főzőversenyt, amelyet számos elismert személy bíralt, úgy mint **Prohászka Béla**, a Magyar Nemzeti Gasztronómiai Szövetség elnöke és **Benke Laci bácsi** olimpiai bajnok mesterszakács.

A rendezvény három napja során a látogatók Gyula város turisztikai kínálata mellett felfedezhették a magyar biotermékek és az őshonos magyar állatok húsból készült ételek ízét, hiszen a program részeként Benke Laci bácsi olimpiai aranyérmes mesterszakács is fakanalat ragadott, és a Békés Megyei Gasztronómiai Team olimpiai érmes szakácsmestereivel és mesterszakácsaival óriásbográcsban főzött a nagyerdeműnek.

A Várkerti Vigasságok kiváló példája a kultúra és a hagyományőrző gasztronómia összefonódásának.

✓ „Nemzetközi Tiszai Halfesztivál”

A Kulturális Turizmus Éve jegyében a gasztronómiáé volt a főszerep Szegeden, a 2009. szeptember 3-6. között megrendezett Nemzetközi Tiszai Halfesztiválon. A Dél-Alföld régió egyik legnagyobb gasztronómiai rendezvényét **Frank Sándor**, Venesz-díjas mesterszakács, **Benke Laci bácsi**, olimpiai bajnok mesterszakács és **Dr. Róna Iván**, a Magyar Turizmus Zrt. vezérigazgatója, a Fesztivál fővédnöke nyitotta meg. **Nacsa József** a Fesztivál egyik főszervezője elmondta, hogy 2009-ben 192 csapat nevezett a szombati halfőző versenyre,

melyet az Újszegedi Partfürdő területén rendeztek meg. A díjakat **Gulyás Péter**, a Magyar Turizmus Zrt. Dél-alföldi Regionális Marketing Igazgatóságának vezetője adta át.

A borászokkal való együttműködés keretében az eseményen felvonultak a borlovagok a Tiszapartján, és bemutatkoztak a lovagrendek, a romjaiban is elegáns Régi Hungária báltermében pedig szüreti borfesztivált rendeztek. A Makói Hagyma Terméktanáccsal való együttműködésnek köszönhetően 54 mázsa hungarikum makói hagyma érkezett a Fesztiválra, ennek egy része tutajon jutott el Szegedre. A halászlébe a szintén hungarikum szegedi paprikát Szegedi Erika főboszorkány tette. A sport- és színpadi programokkal is színesített négynapos Fesztivált **több mint 220.000 érdeklődő** kereste fel.

✓ **Nemzetközi Gulyásfőző- és Hagyományőrző Fesztivált rendeztek Szolnokon**

2009. Szeptember 11-13. között került megrendezésre a 11. Szolnoki Gulyásfesztivál, melynek célja a magyar gulyásétel imázsának megőrzése, bemutatása volt. Az eseményt **Szalay Ferenc**, Szolnok Megyei Jogú Város polgármestere, **Lukács Sándor**, a Cseh Nagykövetség ügyvivője, valamint **Dr. Róna Iván**, a Magyar Turizmus Zrt. vezérigazgatója nyitotta meg a Tiszaligetben.

A Fesztivál, szeptember 10-én beharangozó motoros felvonulással vette kezdetét. Szeptember 11-én **Gulyáskonferencia 2009** címmel rendezték meg a bel- és külföldi helyi termékek (hungarikumok, kézművesek, magyar tájak borai, cseh sör bemutató, kistérségi települések termékei) bemutatóját a Damjanich János Múzeumban, de volt karikásostor-bemutató és verseny, továbbá népi mesélés is. A szombati nap nemcsak a főzésről, bográcsozásról szólt, hanem számos kulturális és sportprogram, valamint szépségverseny is várta a látogatókat, továbbá volt gasztró-turisztikai bemutató, egészségügyi program, valamint könyvbemutató is. Az idei Fesztivál külföldi díszvendége Csehország, míg belföldi díszvendége Mezőkövesd, Matyóföld volt.

A **Szolnoki Gulyásfesztivál** 1999-ben indult útjára, az I. Gulyásfesztiválon 136 bográcban főzték a gulyást és 9.000 látogató volt, az idén **532 bográcban készültek az ételek és közel 45.000 érdeklődő** kereste fel a rendezvényt.

✓ **Csabai Kolbászfesztivál**

2009. október 22-25. között 13. alkalommal rendezték meg a Csbai Kolbászfesztivált, amelyet **Varga Zoltán** önkormányzati miniszter és **Vantara Gyula**, Békéscsaba polgármestere nyitott meg. Az eseményen részt vett **Gráf József**, Földművelésügyi és Vidékfejlesztési miniszter, továbbá a Magyar Turizmus Zrt. részéről **Dr. Róna Iván** vezérigazgató is, aki a kolbásztöltő verseny szombati értékelésén mondott köszöntőt.

A 2009-es fesztiválon – amely minden évben a helyi gasztronómia csúcsát jelentő kolbász köré épül, de úgy, hogy megjeleníti a tágabb városkörnyék, a megye tárgyalkotó és színpadi produkcióként élő népművészetét – minden eddigi rekordot megdöntve 420 csapat mérkőzött meg egymással, hogy ki tudja a legfinomabb kolbászt elkészíteni.

A 2009-es Kulturális Turizmus Éve „Bor és gasztronómia” pilléréhez is szorosan kapcsolódó fesztiválra mintegy 100.000 látogató – bel- és külföldi vendégek egyaránt – volt kíváncsi, Békéscsaba 100 km-es körzetében valamennyi szálláshely megtelt.

A szervezők által készített turisztikai hatásvizsgálat is alátámasztja a rendezvény turisztikai jelentőségét, hiszen kiderül belőle, hogy egyre nagyobb számban érkeznek vendégek 100 km-nél távolabbról.

Dél-Dunántúl

✓ **„Borútra fel!”**

A Dél-Dunántúl régió borútjainak összefogásával, valamint a Dél-Dunántúli Regionális Fejlesztési Ügynökség és a Magyar Turizmus Zrt. együttműködésében, 2009. július 1. és

szeptember 30. között rendezték meg a „**Borútra fel!**” elnevezésű akciót. Az akciót az MT Zrt. a Kulturális Turizmus Éve „Bor és gasztronómiai” pillérének jegyében saját kommunikációs felületein népszerűsítette annak érdekében, hogy minél több utazó figyelmét ráirányítsa a dél-dunántúli régió turisztikai kínálatára, köztük a régió kiváló boraira. A kampány keretében az akcióban részt vevő szolgáltatók – pincék, szálláshelyek, múzeumok, stb. – 10% kedvezményt biztosítottak szolgáltatásaikból, helyben történő fogyasztásból, továbbá a borutakra látogató vendégek nyereménysorsoláson vehettek részt, amelynek során a régió legnevesebb borászainak boraiból összeállított borválogatást nyerhetnek a szerencsések.

Észak-alföld

✓ Tavaszköszöntő kampány

A Magyar Turizmus Zrt. **Tavaszköszöntő** kampányának keretében az észak-alföldi régióba csalogatta a téli szürkeséget, a rohanó városi hétköznapokat, a hideg időt megunt utazókat. A fürdőkulturájáról híres régió pihentető gyógyvizeivel, átmelegítő szaunáival, friss levegőjével és még számos élménnyel, kikapcsolódási lehetőséggel várta az érdeklődőket. Az MT Zrt. 12 kedvezményes gyógy- és wellness üdülési ajánlatot, továbbá a városlátogatások, élő hagyományok, a **gasztronómia**, a művészeti és szórakoztató programok kedvelőinek 33 kulturális üdülési ajánlatot kínált. Az ajánlatok megtalálhatóak voltak a www.eszakalfoldi.hu honlapon, valamint ajánlati katalógusok formájában a Tourinform irodákban és utazási kiállításokon is. A „Tavaszköszöntő” kampány keretében a régió termálvizeinek jótékony hatásaira, valamint konkrét gyógy- és wellness ajánlatokra hívta fel a figyelmet. A kampány során a Társaság a 216.000 példányban megjelenő, gyógyszerárakban terjesztett országos havilappal, a Patika Magazinnal együttműködve, hirdetéseket helyezett el a lap hasábjain márciusban.

✓ Az Észak-Alföld Régió Napja

Az Észak-Alföldi Regionális Fejlesztési Tanács és az Észak-Alföldi Regionális Fejlesztési Ügynökség **2009. május 23-án** rendezte meg **Debrecenben** a Főtéren a **Régió Napját**, amellyel hagyományt kívánt teremteni, és amelynek révén évente más-más helyszínen mutatkozott be a régió. A régiós napon a régió kistérségeinek hagyományos kézműves termékeit, gasztronómiai és kulturális értékeit ismerhette meg a nagyközönség. A rendezvényhez a Magyar Turizmus Zrt. Észak-Alföldi Regionális Marketing Igazgatósága kiemelt partnerként csatlakozott, és a szervezőkkel közösen koordinálva, a régió turisztikai szolgáltatóinak közreműködésével mutatta be a régió turisztikai értékeit.

A Metropolisz napilap pedig 8 héten keresztül balatoni rendezvény rovattal jelentkezett.

✓ III. Zsindelyes Pálinka és Népi Gasztronómiai Fesztivál

2009. szeptember 2. és 5. között immár harmadik alkalommal rendezték meg Érpatakon a Zsindelyes Pálinka és Népi Gasztronómiai Fesztivált. A rendezvényen köszöntőt mondott **Gráf József**, földművelésügyi és vidékfejlesztési miniszter, **Seszták Oszkár**, a Szabolcs-Szatmár-Bereg Megyei Közgyűlés elnöke, valamint **Dr. Róna Iván**, a Magyar Turizmus Zrt. vezérigazgatója.

A 2009-es Kulturális Turizmus Éve jegyében megrendezett eseményen **több mint 10.000 látogató** ismerhette meg a színvonalas népművészeti programok keretében hazánk kulturális hagyományokban való gazdagságát.

A több ezer vendéget vonzó régiós rendezvények – úgy mint a Zsindelyes Pálinka és Népi Gasztronómiai Fesztivál – egyrészt a régió vendégforgalmát erősítik, másrészt aktívan formálják a régió, így egész Magyarország pozitív turisztikai arculatát.

✓ **Miskolci Kocsonyafesztivál**

A Kulturális Turizmus Éve két pillérének – fesztiválok, valamint bor és gasztronómia – jegyében, idén immár kilencedik alkalommal rendezték meg 2009. február 20-22. között a „**Több, mint legenda Kocsonyafesztivált**”, Miskolcon. Az eseményt Dr. Róna Iván, az MT Zrt. vezérigazgatója és Káli Sándor, Miskolc polgármestere nyitotta meg. A téli Magyarország egyik legnagyobb különleges szabadtéri fesztiválja, a Miskolci Tél keretében több mint 53 000 m²-en, több mint 20 helyszínen (3 szabadtéri színpadon és számos egyéb helyen, közel 70 koncerten 534 fellépő és előadó közreműködésével, valamint 150 kiváló minősítésű árus és vendéglátós minőségi kínálatával, több mint 10 féle kocsonyával várták az érdeklődőket. A miskolci híres vendégszeretetéről a hétvégén több mint 200.000 látogató győződhetett meg.

✓ **Híres boraink és népi hagyományaink a VII. Egri Bormustra és XXI. Agria Nemzetközi Néptáncfalalkozó rendezvényein**

2009. augusztus 20-23. között került megrendezésre a VII. Egri Bormustra és XXI. Agria Nemzetközi Néptáncfalalkozó, a Kulturális Turizmus Éve „Bor és gasztronómia”, valamint „Élő hagyományok” pillérének jegyében. A rendezvényt **Habis László**, Eger város polgármestere nyitotta meg, a Magyar Turizmus Zrt.-t pedig **Dr. Róna Iván**, a Társaság vezérigazgatója képviselte. A Bormustrán 16 pincészet kiváló borait kóstolhatták meg az érdeklődők, az Agria Nemzetközi Néptáncfalalkozó keretében pedig különböző népek kultúrái találkoztak a folklóron keresztül.

✓ **Hatalmas érdeklődés mellett zajlott a Tokaji Szüreti Napok**

1932 óta minden év októberének első hétvégéjén Tokajban ünnepli meg Tokaj-hegyalja közössége a szüret kezdetét. A világörökségi rang elnyerése óta, jelentős, minőségi változások történtek a Tokaji Szüreti Napok rendezvényeiben: a korábban jellemző, népi népi jellegű fesztivál átalakult, fokozatosan előtérbe került a minőség.

A legkorábban érő muskotályos szőlő szedésével kezdődött a szüret Tokaj-hegyalján, október 3-án.

Természetesen nem hiányozhatott a szüretnek állandó velejárója, a szüreti felvonulás sem, amelyen hegyalja mind a 27 települése képviseltette magát. A felvonulás végén Tokaj-hegyalja polgármesterei jelképesen átadták az idej Polgármesterek borához szánt szőlőt, ami jövő év májusában kerül a palackokba.

Az esemény díszvendége **Dr. Niklai Ákos**, a Magyar Turizmus Zrt. elnöke és **Koncz Ferenc** a Borsod-Abaúj-Zemplén megyei közgyűlés alelnöke volt, akiket a színpadi protokoll program keretében az ún. „kötöző párok” még meg is kötözték.

Májér Ferenc polgármester ünnepi megnyitó beszédét Dr. Niklai Ákos és Koncz Ferenc ünnepi köszöntője követte.

A 2009-es rendezvény is hatalmas érdeklődés mellett zajlott, több mint 20 ezren kísérték figyelemmel a Bacchus-Dionüszosz játékokat, a középkori vásári játékokat, vásári mutatványosokat, utcaszínházakat.

✓ **IX. Egri Borszalón híres boraink és a kulturált borfogyasztás népszerűsítéséért**



2009. december 29-én immár kilencedik alkalommal rendezték meg az Egri Borszalont. A swing jegyében zajló rendezvény keretében az egri borászok személyesen kóstoltatták boraikat. Az eseményt – amely kiemelkedő szerepet tölt be a bor és a borászat megismertetésében, továbbá a kulturált borfogyasztás elterjesztésében – **Habis László**, Eger város polgármestere nyitotta meg, valamint



Magyar Turizmus ZRt.

1115 Budapest, Bartók Béla út 105-113.

Tel: (06-1)488-8700 • Fax: (06-1)488-8600

E-mail: info@itthon.hu • www.itthon.hu

MAGYARORSZÁG

köszöntőt mondott Dr. Róna Iván, a Magyar Turizmus Zrt. vezérigazgatója. A rendezvényen részt vett Dr. Nagy Imre, az Észak-Magyarországi Regionális Idegenforgalmi Bizottság elnöke is.

Az Egri Borszalont Gál Tibor borász ötlete alapján az Egri Bormíves Céh 2001 óta rendezi meg a polgári Magyarország világát idéző miliőben. Évről évre színesebb program kíséri a rendezvényt, amelynek keretében átadásra kerül a 2005-ben alapított Gál Tibor díj is, amelyet 2009-ben az év borászának is megválasztott Dr. Lőrincz György nyert el.

Közép-Dunántúl

✓ Egy asztalnál a királyokkal – A Királyi Régió nagy gasztronómiai rendezvénysorozata

2009. október 13.-november 14. között a Közép-Dunántúlon a boroké és a pihenésé volt a főszerep. A régió szállodái és vendéglátóhelyei az őszi szünetben a négy történelmi borvidéken nyitott pince programokkal és kedvezményes szállásajánlatokkal várták az érdeklődőket, majd novembertől Márton-napi ingyencégekkel és hozzá illő borokkal kényeztették a vendégeket. A kampány során a történelmi borvidékek és a kedvezményes szállásajánlatok a Magyar Turizmus Zrt. Közép-Dunántúli Regionális Marketing Igazgatóságának közreműködésével különböző médiafelületeken jelentek meg.

A rendezvénysorozat célja a közép-dunántúli borvidékek népszerűsítése volt, nyitott pince programokkal, kedvezményes csomagajánlatokkal és Márton-napi kiemelt zárórendezvénnyel.

A Királyi Régió nagy gasztronómiai rendezvénysorozatában, a Magyar Turizmus Zrt. Közép-Dunántúli Regionális Marketing Igazgatósága szervezésében az októberi hosszú hétvégi nyitott pincék után a főszerep a Márton-napi rendezvényeké. Novembertől Márton-napi ingyencégekkel és hozzá illő borokkal kényeztették a vendégeket a Közép-Dunántúlon. A kampány célja a régió történelmi borvidékeinek népszerűsítése és a Márton-napi hagyományok ápolása volt, mely a **Fehér Csillagok 2009. - Márton-napi Újborünnep** kiemelt rendezvénnyel zárult.

A Fehér Csillagok 2009 rendezvényről a szervezők november 6-án sajtótájékoztató keretében informálták a média képviselőit, az esemény házigazdája Kamocsay Ákos, a Hilltop főborásza volt, a Közép-Dunántúli Regionális Idegenforgalmi Bizottság részéről pedig Horváth András elnök tartott tájékoztatót.

Nyugat-Dunántúl

✓ Gasztróosz Nyugat-Dunántúlon: Vitnyédi Sajtverseny

Az egészséges, változatos és nem utolsósorban finom, egyedi ízeket kínáló táplálkozás egyre inkább előtérbe kerül a magyar háztartásokban. A nyugat-dunántúli régióban az itt készült egyedi élelmiszerek mellé gyakran társul olyan fesztivál vagy program, amit érdemes felkeresniük a turistáknak is. Ennek egyik jó példája volt a Vitnyéden, 2009. szeptember 19-én megrendezett sajtverseny és sajtünnep, ahol a régió és az ország legjobb sajtjait kóstolhatták meg a látogatók. A Magyar Turizmus Zrt. Nyugat-Dunántúli Regionális Marketing Igazgatósága kommunikációjában kiemelten népszerűsítette a rendezvényt, és egy sajtkülönlegesség számára különdíjat is felajánlott, amit az esemény keretében vehetett át az arra érdemesnek talált készítő.

✓ Győrött vívták a III. Gasztró Csátát

A Magyar Nemzeti Gasztronómiai Szövetség 2009. október 4-én rendezte meg a III. Gasztró Csata elnevezésű országos gasztronómiai találkozót Győrben. Az esemény célja az volt, hogy az ország különböző részeiből érkezett szakemberek bemutathassák a saját tájegységükre jellemző hagyományos ételkülönlegességeiket és kölcsönös megvendéglések során tapasztalatot cserélhessenek egymással.



Magyar Turizmus ZRt.

1115 Budapest, Bartók Béla út 105-113.

Tel: (06-1)488-8700 • Fax: (06-1)488-8600

E-mail: info@itthon.hu • www.itthon.hu

MAGYARORSZÁG

Minden, a csatában részt vett régió, bemutatott valamit a tágabb lakókörnyezetének gasztronómiájából. Sátraikat a tájra jellemző népi eszközökkel díszítették. A szakavatott zsűri, a legszebb, a legeredetibb és lehangulatosabb porta címetek ítélte oda és díjat kapott a legtöbb vendéget jóltartó régió is. Az érdeklődők megkóstolhatták az ország valamennyi szegletéből érkezett szakácsok receptjei alapján készülő hagyományos népi ételleket. Az eseményt - amely jól illeszkedett a Kulturális Turizmus Évének Bor és gasztronómia pilléréhez – **Dr. Róna Iván** a Magyar Turizmus Zrt. vezérigazgatója, **Borkai Zsolt** Győr Megyei Jogú Város polgármestere és **Prohászka Béla** a Magyar Nemzeti Gasztronómiai Szövetség elnöke nyitotta meg.

KÜLKÉPVISELETEK AKCIÓI

Németország

✓ Európa Nap Düsseldorfban

Nagyszabású Európa Napon mutatkozott be Magyarország Düsseldorfban, 2009. május 9-10-én. Északrajna-Vesztfália tartomány miniszterelnöki hivatala és Düsseldorf város 9. alkalommal rendezte meg Európa Napját, melynek ebben az évben különleges hangsúlyt adott az EU bővítésének 5. évfordulója, valamint az európai parlamenti választások. Több tízezren keresték fel a jó hangulatú, zenével-táncsal színesített nemzetközi kavalkádot. A Magyar Turizmus Zrt. információs standján a látogatók elsősorban Budapest, Balaton és Pécs felől érdeklődtek. A sok érdeklődő mellett, prominens vendégek is felkeresték a Zrt. standját, így Andreas Krautscheid miniszter, valamint Michael Mertes államtitkár, a tartomány európai ügyekért felelős két vezető munkatársa. A turisztikai információk szerzése mellett a helyszínen ki lehetett próbálni a magyar **gasztronómiai specialitásokat**, és a vendégek szórakoztatásáról pedig egy hazai néptáncgyűttes gondoskodott.

Ausztria

A Magyar Turizmus Zrt. ausztriai külképviselete a szomszédos Ausztriából minél több potenciális turista Magyarországra csábítása érdekében a nyári hónapokban is folytatta az osztrák nagykövetségi rendezvényeken hazánk turisztikai promócióját. Június 19-én, Ausztria **piacvezető gasztronómiai magazinjának, a Genuss Magazin** (www.genuss-magazin.eu) **a partner-partiján** nyereleményjétékkel és információs standdal irányította az MT Zrt. a fél ezres prominens vendégsereg figyelmét a hazai turisztikai szolgáltatások kedvező ár-érték arányára. A Bécs jelképeinek számító Óriáskerék tőzsomszédóságában rendezett nagyszabású fogadáson szinte minden a magyarországi turizmusról szólt, és egy értékes zalakarosi wellness-hétfvégét is kisorsoltak. Az MT Zrt. munkatársai szórólapon is felhívták a vendégek figyelmét a Bank Austria tanulmányára, miszerint az osztrákok kedvelt úti céljai közül most Magyarországon éri a legtöbbet az eurójuk: 100 „osztrák euró” Magyarországon 165-nek számít, ennyivel nagyobb vásárlóerőt képvisel hazánkban, mint Ausztriában.

A Magyar Turizmus Zrt. ausztriai külképviselete a Kulturális Turizmus Évében az Ungarn GrossARTig (Magyarország nagyszerű) kampánya keretében kiemelten népszerűsítette a hazai kulturális eseményeket, tekintettel arra, hogy minden ötödik osztrák turista kulturális motivációval indul útnak, és számukra fontos tényező a kulturális attrakciók és rendezvények meglátogatása. A célcsoportok szerinti bontásban az osztrák vendégek körében meghatározó a senior korosztály, ezért az MT Zrt. kommunikációs tevékenységében minden eszközt megragad az 55+ korosztály megszólítása érdekében. Az **ausztriai seniorok körében legnépszerűbb on-line életmódmagazin** a magyarországi kulturális események garmadáját kínálta olvasóinak: részletes videofilmes és fényképes összeállításokban számoltak be hazánk nyári kulturális, gasztronómiai, sportolási és kirándulási, valamint vásárlási lehetőségeiről. A



Magyar Turizmus Zrt.

1115 Budapest, Bartók Béla út 105-113.

Tel: (06-1)488-8700 • Fax: (06-1)488-8600

E-mail: info@itthon.hu • www.itthon.hu

MAGYARORSZÁG

közeli Magyarország nyáron is páratlan élmény, ahol mindenki megtalálja a maga számítását, és a *BudaFest* fővárosi rendezvényei mellett látogatásra érdemesek a Miskolci Operafesztivál, a Várjátékok, a Dunakanyar, illetve a Haydn emlékévé hazai színhelyei is. A cikksorozat nem ment el szó nélkül amellett sem, hogy Magyarországon az osztrák utazók pénze most duplán számít, vásárlóértékét tekintve itt éri a legtöbbet az euró. Azaz on-line magazint (www.55plus-magazin.net) havonta 130 ezer célcsoportba tartozó látogató keresi fel.

Az Európai Parlamenti választás hétvégéjén a bécsi Landstrasse Hauptstrasse közkedvelt bevásárlóutca „országok utcájává” alakult, ahol az egyes tagországok lehetőséget kaptak országuk prezentálására. A Magyar Turizmus Zrt. a Kulturális Turizmus Éve jegyében egy olyan könyvesboltot választott információs standjának székhelyéül, amely bolt három napra magyar kulturális és turisztikai központtá változott. Az utcára is kitelepült könyvüzletben kortárs magyar írók német nyelvű művei mellett magyar útikalauzok, térképek és turisztikai kiadványok kerültek a vásárlásaikat és hétvégi programjaikat bonyolító bécsiek tízezreinek szeme elé. A könyvesboltban téliszalámi-kóstoló, magyar paprika és borok egészítették ki a **gasztró-kulturális információkat**. A Magyar Turizmus Zrt. ausztriai külképviselete a szomszédos Ausztriából minél több potenciális turista Magyarországra csábítása érdekében, a tavaszi és nyári hónapokban nagy hangsúlyt helyezett az osztrák nagyközönségi rendezvényeken hazánk turisztikai promóciójára.

A Balaton parti szálláshelyeken az osztrák vendégéjszakák számának élénkítése érdekében a turisztikai főszezont követően is komoly kommunikációs offenzívát folytatott az MT Zrt. ausztriai képviselete. Egy Zrt. által szervezett sikeres sajtóútnak köszönhetően a negyedmilliós olvasótáborral rendelkező **OÖ Nachrichten** terjedelmes, kétíves cikkben számolt be a magyar tenger turisztikai attrakcióiról. A képekkel gazdagon illusztrált összeállítás útikönyvszerű részletezettséggel taglalta a látványosságokat körös-körül a Balaton mentén: történelmi adalékokkal és osztrák párhuzamokkal színesítve a cikket. Természetesen a gasztronómia és a borvidék említése sem maradhatott ki, s az éttermi és szállodai ajánlatok szinte azonnali indulásra készítették az olvasót, hogy a Balaton partján személyesen is megtapasztalhassák a kuriózumokat. A nyári főszezonban, a szomszédos Ausztriában a Balaton turisztikai szolgáltatásait mintegy 100 millió forintnak megfelelő reklámértéken népszerűsítette a Magyar Turizmus Zrt. Az MT Zrt. hírleveleinek, sajtótájékoztatóinak, tanulmányútjainak és APA-közleményeinek köszönhetően az osztrák sajtó továbbra is folyamatosan foglalkozott a balatoni ajánlatokkal. A legjelentősebb osztrák gazdasági hetilap, az egymillió olvasótáborral rendelkező **NEWS** nyárvégi száma egy balatoni tényfeltáró riportban mutatta be, hogy a magyarországi turisztikai szolgáltatások fantasztikus áron érhetőek el. Ausztria legnagyobb példányszámú ingyenes hetilapjában, a **Bezirks Blätter**-ben 18 balatoni szálloda ajánlatán keresztül fizetett hirdetésben és PR cikkben prezentálta a kedvező nyári ajánlatokat az MT Zrt.

✓ **Hazánk turisztikai megjelenése a Bécsi Ünnepi Heteken**

A Magyar Turizmus Zrt. ausztriai külképviselete – a szomszédos Ausztriából minél több potenciális turista Magyarországra csábítása érdekében – a tavaszi és nyári hónapokban nagy hangsúlyt fektet az osztrák nagyközönségi rendezvényeken hazánk turisztikai promóciójára. A május elejétől június közepéig tartó Bécsi Ünnepi Hetek (www.festwochen.at) rendezvénysorozat kitűnő alkalom volt arra, hogy az MT Zrt. információs-standon és kiadványokon keresztül osztrákok ezreinek a figyelmét irányítsa Magyarország közelségére, turisztikai ajánlataira és a kedvező ár-érték arányra. Ünnepi Hetek egyik első rendezvényhelyszíne a bécsi Stadtparkban (Városliget) – gasztronómiai témában – megrendezett „Genuss Festival” volt. A 40 ezer látogatót fogadó rendezvényen az MT Zrt. is képviseltette magát, a május 9-i Európa Nap alkalmából pedig a Balatonnal kapcsolatos kvíz-

kérdéseken tesztelhetők az érdeklődők a tudásukat. A bécsi Stadtparkban a magyar gasztronómiai kínálatot a Gundel palacsinta és a sültkolbász képviselte.

✓ Magyar bor és gasztronómia népszerűsítése Ausztriában

A magyar gasztrokultúra, illetve a hazai borok és borvidékek nemzetközi promóciója nemcsak kedvező országimázsot járhat, hanem növeli egyes borvidékek ismertségét, hozzájárul a turisztikai forgalom erősítéséhez. A hazai borok külföldi népszerűsítése terén a Magyar Turizmus Zrt. 2009-ben jelentős lépéseket tett, számos sikert könyvelhetett el. Az MT Zrt. ausztriai külképviseletének, az osztrák „Gärtner Weinreisen-Ungarn” irodának (www.weinreisen-ungarn.com), valamint a Pro Vino Hungarico Alapítványnak (www.provinohungarico.org)



stratégiai együttműködésében elkészült **Ausztria első internet alapú borturisztikai portálja**, amely egyedülálló módon népszerűsíti a magyar borvidékeket és borokat. Az osztrák honlap látogatói személyre szabottan, apró mozaikokból állíthatnak össze magunknak egy komplett magyarországi utazást, amelyhez konkrét szállásajánlatok közül is lehet választani.

✓ Magyar borok rendhagyó promóciója Bécsben esti bevásárlás közben

A Magyar Turizmus Zrt. ausztriai képviselete az egész éves Ungarn GrossARTig (Magyarország nagyszerű) kampánya keretében 2009 őszén a gasztronómiai értékeink bemutatására helyezte a hangsúlyt, folytatva a hazai kulturális programok és a gasztronómiai kínálatunk népszerűsítését Ausztriában. Az akciósorozat következő állomásaként került sor a magyar borok rendhagyó módon történő bemutatására és kóstoltatására. Az MT Zrt. – összefogásban a bécsi Bevásárlóutcák Szövetségével és egy soproni borászattal – Bécs közkedvelt, W3 elnevezésű bevásárlóközpontjának tőszomszédságában egész délutánt és estét betöltő borkóstoltatón prezentálta hazánk turisztikai kínálatát. A borok iránt fogékony érdeklődőknek az akciót több újság és a bevásárlóközpont boltjai egyszerre hirdették, ahol a kóstoltatáshoz szükséges poharak is felvehetőek voltak. A hazai gasztrokultúra népszerűsítése érdekében az elmúlt hónapban, – mint arról beszámoltunk – a legjobb osztrák éttermeket tömörítő BÖG szövetség tagjai közé tartozó patinás bécsi Bürgerhof kávéház- és étterem az MT Zrt. külképviseletével együttműködésben magyaros étel-ital kínálatot népszerűsítette a magyar konyhát, miközben a vendégek átfogó képet kaphattak hazai kulturális és turisztikai attrakciókról is.

USA

2009. február 26-án délután „Magyar ízek” címmel **főzőbemutatóra** került sor New Yorkban a patinás Francia Kulináris Intézetben a Magyar Turizmus Zrt közreműködésével. Az Alabárdos étterem séfje Bicsár Attila kápráztatta el a magyar konyha specialitásaival a többnyire gasztronómiai újságírókból álló 80 fős közönséget. (Pl. Saveur Magazine, Food & Wine Magazine, Gourmet Magazine).

A főzőbemutatóval párhuzamosan kezdődött az Extremely Hungary programsorozat másik nagyszabású kulináris bemutatkozása –a patinás Cafe des Artistes étterem (a Gundel volt tulajdonosának, Láng Györgynek a New York-i étterme) adott otthont az egy hétig tartó magyar gasztronómiai hétnek.

✓ **Hazánk turisztikai megjelenése olaszországi tematikus road show-n**

A Magyar Turizmus Zrt. 2009. márciusban egy tematikus road show-n képviselte hazánk turisztikai kínálatát Olaszországban, amelynek keretében kifejezetten a senior korosztálynak szóló ajánlatokat prezentálták a részt vevő országok képviselői. Hazánk turisztikai termékei közül kiemelt szerepet kapott a gyógyturisztikai kínálat, a kulturális turizmuson belül pedig a múzeumok kínálata, az esemény-, a **gasztronómiai** és a vallási turizmus. A road show mindkét állomásán (Verona és Torino) jelentős érdeklődés mutatkozott Magyarország iránt a részt vevő nyugdíjas szabadidős klubok és a viszonteladói hálózatok részéről. Az MT Zrt. olaszországi külképviselete az év első felében több road show-n is részt vett, amelyeknek a témái többek között pl.: hivatásturizmus és a senior korosztály utaztatása voltak.

✓ **Magyarországot ajánlotta az egyik legnépszerűbb olasz hírportál**

A Magyar Turizmus Zrt. olaszországi külképviselete az egyik legnépszerűbb olasz hírportállal, a www.leonardo.it oldallal való együttműködésnek köszönhetően, a portál Magyarországot mint nyári úti célt ajánlotta az olasz internetezőknél. Az akció keretében a hírportált olvasók már a nyitó oldalon találkozhattak Magyarországgal mint kulturális és gasztronómiai desztinációval. A portál 3 különálló cikkben foglalkozott a hazai turisztikai kínálattal: az egyik a hazai egészségturisztikai kínálatot mutatta be, a másodikban külön foglalkoztak a budapesti nyári fesztiválokkal a Kulturális Turizmus Éve jegyében, a harmadik téma pedig Balaton és környéke volt.

✓ **Budapest melléklet gasztronómiával az olasz „VIOLA” újságban**

A Magyar Turizmus Zrt. milánói képviselete a DVSC Bajnokok Ligájában való részvétele apropójából együttműködött az olasz Fiorentina futballcsapat rajongói klubjával. Az együttműködésnek köszönhetően a VIOLA nevű, Fiorentina szurkolóknak szóló magazinban több oldalas utazási melléklet jelent meg Budapestről. A melléklet részletesen bemutatja a főváros látnivalóit, külön kiemelve ismerteti a gyógyfürdőket, a budapesti történelmi kávéházakat és a gasztronómiát.

Spanyolország

✓ **Magyar Gasztronómiai Hét Madridban**

2009. március 16-án, a magyar nemzeti ünnephez kapcsolódóan **Magyar Gasztronómiai Hét** vette kezdetét Madridban. A Gasztronómiai Hetet Süth Miklós, a Földművelésügyi és Vidékfejlesztési Minisztérium szakállamtitkára nyitotta meg. A rendezvénysorozat, amelyet kulturális és turisztikai promóciós események színesítettek, egészen március 22-ig várta az érdeklődőket.

A gasztronómiai események nyitórendezvényeként Varga Károly mesterszakács, többszörös világbajnok, a Magyar Nemzeti Gasztronómia Szövetség Venesz-díjasa és a 2007. év Magyar Gasztronómusa díj nyertese, 20 különböző, magyaros ízeket felvonultató „tapas” kavalkádja, valamint zöldségekből és gyümölcsökből összeállított szoborkompozíciói készítették ámulatra a 200 fős vendégsereget. Az esemény előtt a spanyol TVE és a Madrid Directo TV műsor stábjai is forgattak a helyszínen, így lehetőség nyílt a magyar gasztronómia hagyományait és értekeit bemutatni.

A Gasztronómiai Hét példa nélkül álló többoldalú együttműködés keretében valósult meg, amelyben szerepet vállalt a Magyar Nagykövetség, a Földművelésügyi és Vidékfejlesztési Minisztérium, a Magyar Turizmus Zrt., a BTH Budapesti Turisztikai Nonprofit Kft., a Malév Zrt. és az ITD Hungary Zrt.



Magyar Turizmus ZRt.

1115 Budapest, Bartók Béla út 105-113.

Tel: (06-1)488-8700 • Fax: (06-1)488-8600

E-mail: info@itthon.hu • www.itthon.hu

MAGYARORSZÁG

A rendezvényhez kapcsolódóan a Magyar Turizmus Zrt. – a BTH Budapesti Turisztikai Nonprofit Kft. és a Malév Zrt. együttműködésében – szintén március 16-án négyhetes **óriásplakát-kampányt** indított. Az akció keretében, Madrid metrómegállóiban kihelyezett 40 darab óriásplakáttal népszerűsítették Magyarország turisztikai kínálatát a Társaságok. A széles közönséget megcélzó kampány felhívta az utazók figyelmét, hogy a MALÉV járatai 2009-ben is napi két alkalommal kínálnak közvetlen összeköttetést Madrid és Budapest között.

Ukrajna

✓ Kvízzjáték akció a Nataly magazinban

A Magyar Turizmus Zrt. három hónapos kvízzjáték akciót indított a legnépszerűbb ukrán női magazinnal, a Nataly-val (példányszáma 680.000). Az akció során a magazin Voyage Voyage rovata Magyarország három turisztikai termékét mutatta be, januárban az egészségturizmus, februárban a **bor és gasztronómia**, márciusban pedig a kulturális kínálat került a középpontba, és mindegyik termékhez kvízkérdések kapcsolódtak. A játék során a hónap 10 nyertese magyar ajándécsomagot (naptárt, gasztronómiai csomagot, CD-t) kapott, a márciusi záró sorsoláson pedig a 30 nyertes közül választották ki azt a szerencsés olvasót, aki kétszemélyes álomutazást nyert hazánkba.

Belgium

A **belga RTBF Télétourisme** című TV magazinjában 2009. január 17-én került adásba az a Balatonról szóló 25 perces riportfilm, amelyet a Télétourisme stábja 2008 júniusában forgatott a Magyar Turizmus Zrt., valamint a Nyugat-Baltoni Térségmarketing Kht. szervezésében.

A műsort, amelynek **nézettsége meghaladta a 800.000 főt**, további 2 alkalommal is megismételte a csatorna, de az igazi áttörést az adás TV5 csatornán való sugárzása hozta meg. A TV5 csatornán ugyanis mintegy 20 alkalommal vetítették a Magyarországot népszerűsítő filmet, ez közel **365 millió (!) fős nézettséget** eredményezett világszerte, köszönhetően a TV5 nemzetközi hálózatának.

A riportfilm témája a magyar tenger, a termálturizmus és a Balaton régió gasztronómiája volt. A forgatócsoport az egyhetes tartózkodás alatt Balatonfüreden, Tihanyban, Siófokon, Keszthelyen, Badacsonyban és Hévízen is készített felvételeket.

Hollandia

✓ Magyar borok népszerűsítése Hollandiában

A bor és gasztronómia hívei, a 30.000 példányszámú, „Proefschrift” elnevezésű, színes, 100 oldalas, professzionális magazin 2009. február végén megjelenő számában, 6 oldalon keresztül kaptak információt a 2008. decemberi magyar borbemutatóról és a 2. Grand Prix Mondivin gasztronómiai versenyről, ahol a fináléban a fantáziadús ételekhez tokaji és villányi borokat kínáltak. Az amszterdami japán étterem szakácsai még magyar libamájat is használtak ételkreációjukban. A cikkben a mesterszakácsok ételeinek bemutatása mellett a magyar borok fantasztikus ízvilágáról is beszámolt Jan van Lissum, az újság szerkesztője, aki többször járt már gasztronómiai tanulmányúton Magyarországon, a Magyar Turizmus Zrt. szervezésében. Az események részét képezik egy több éve tartó rendezvénysorozatnak, amely a magyar borokat kívánja népszerűsíteni a holland lakosság és a borszakma képviselői között.

Észak-Európa

A Magyar Turizmus Zrt. online reklámkampányt indított 2009. március 9-én Norvégiában és Svédországban. Az akció célcsoportjai a válság által legkevésbé sújtott tehetősebb nagyvárosi fiatalok, valamint a szintén jó fizetőképességű nagyvárosi, aktív 60 év felettiiek voltak. A



Magyar Turizmus ZRt.

1115 Budapest, Bartók Béla út 105-113.

Tel: (06-1)488-8700 • Fax: (06-1)488-8600

E-mail: info@itthon.hu • www.itthon.hu

MAGYARORSZÁG

hirdetések a legnagyobb svéd kereskedelmi televízió, a legnépszerűbb norvég napilap honlapján, valamint a fiatalok által leglátogatottabb oslo-i portálon voltak láthatóak két héten keresztül. A bannerek Budapest kulturális értékeit, programjait, a fürdőket és a **gasztronómiát** emelték ki, és hangsúlyozták a – forint leértékelődéséből következően – különösen kedvező ár-érték arányt.

A banner az MT Zrt. svéd illetve norvég nyelvű honlapjára irányította a látogatót, azon belül a “különleges ajánlatok” menüpontra, ahol a látogató a Malév Zrt., a Norwegian és a Wizzair kedvezményes tarifáin foglalhatott repülőjáratot, továbbá igénybe vehette a szállásfoglaló modult és a budapesti fesztiváliroda programkínálatát is.

Kína

✓ Magyar Gasztronómiai Hét Kínában

Magyar Gasztronómiai hét vette kezdetét Hangzhou, november 8-ától pedig Ningbo városában. Az ötcsillagos szállodában megrendezésre kerülő eseményen a vendégek nemcsak a magyar konyha remekeivel ismerkedhetnek meg, hanem élő cigánymuzsika mellett méltán híres borainkat is megkóstolhatják.

Az esemény megnyitóján részt vett a Magyar Turizmus Zrt. pekingi képviselője is, amely turisztikai kiadványokkal is hozzájárul a rendezvény sikeréhez.

A Gasztronómiai Hét lehetőséget teremt Magyarország számára, hogy bemutatkozzon a hazánk számára fontos célközönség előtt az olyan elsődleges küldő területeken kívül is, mint Peking, Shanghai, Kanton.

SZAKMAI KAPCSOLATOK

A magyar bor és borturizmus nemzetközi népszerűsítése érdekében összefogott a **Magyar Turizmus Zrt., az ITD Hungary és a Magyar Bormarketing Kht.** Az erről szóló megállapodást 2009. június 5-én, a pannonhalmi Pannon Bormustra gálarendezvényén írták alá a felek.

A megállapodás értelmében a három szervezet közös külpiaci kereskedelemfejlesztési és promóciós programokat rendez, együttműködnek a nemzetközi kiadványok készítésében és terjesztésében, valamint együttesen szervezik a külföldi borszakértők és szakújságírók beutaztatását.

A Magyar Turizmus Zrt. elnöke, **Dr. Niklai Ákos** – aki a Zrt. nevében a megállapodást aláírásával ellátja – fontosnak tartotta kiemelni, hogy az együttműködés szorosabbra fűzése különösen aktuális az idei évben, hiszen az MT Zrt. 2009-re a Kulturális Turizmus Évét hirdette meg, amelynek az egyik kiemelt pillére a bor és gasztronómia volt. Fontos szempont továbbá az is, hogy ez ismét igen jó példája a szakmai és állami szervezetek közötti kooperációnak és a források hatékonyabb felhasználásának.

„A magyar bor egyre jelentősebb szerepet játszik hazánk turisztikai kínálatában és fontos eleme lehet országimázsunknak is. A példaértékű együttműködés mérföldkő a magyar borok népszerűsítésében.” - tette hozzá **Nemes Richárd**, a Wines of Hungary nemzeti márkát létrehozó Magyar Bormarketing Kht. ügyvezetője.

A Pannonhalmi Főapátságban immár tizedik alkalommal megrendezett mustrán a tíz meghívott mértékadó külföldi szaktekintély, kiegészülve hat magyar bor ítéssel kiválasztotta az ország 55 csúcsborát. A neves sommelier-ekből, borszakírókból álló zsűri három kategóriában hirdet eredményt: 20 fehér-, 25 vörös- és 10 édes bor büszkélkedhet majd az elismeréssel.

A Pannon Bormustrán a magyar borászok és szakemberek első kézből értesülhettek a nemzetközi trendekről, közvetlenül azok meghatározóitól.

Az Észak-Alföld turisztikai régió és Szabolcs-Szatmár-Bereg megye polgármestereinek és helyi vállalkozóinak meghívására, **Dr. Róna Iván**, a Magyar Turizmus Zrt. vezérigazgatója 2009. április 15-én a megyébe látogatott, hogy megvitassák a régió, illetve a megye turizmusának legfőbb kérdéseit. A tárgyalások során olyan témákat érintettek, mint a falusi turizmusban rejlő lehetőségek, a Szilva Út, a Tisza mint aktív turisztikai helyszín és a megye termásvíz nyújtotta lehetőségeinek jobb kihasználása, amelyek segítségével még több vendég érkezhethet a régióba belföldről, illetve a környező országokból.

A program a Szatmár-Beregi Pálinka Lovagrend szervezésében valósult meg. Tekintettel arra, hogy a megye híres hungarikum terméke a pálinka, a szakemberek arra is kitértek, hogy a magyar gasztronómiai kínálatban hogyan lehetne még hangsúlyosabbá tenni ezt a terméket, és általa több vendéget a régióba csábítani. A tárgyalás során azt is megvitatták, hogy a Magyar Turizmus Zrt. milyen újabb közös promóciós tevékenységgel tudná segíteni a régió, illetve a megye népszerűsítését.

A nyíregyházi megyeházán tartott sajtótájékoztató keretében Dr. Róna Iván prezentációjában ismertette a válság turizmusra gyakorolt hatásait és azokat a válságkezelő lépéseket, amelyekkel a válság hatásait enyhíteni lehet Szabolcs-Szatmár-Bereg megyében is. A sajtótájékoztató vendégeit a Magyar Turizmus Zrt. Észak-Alföldi Regionális Marketing





Magyar Turizmus ZRt.

1115 Budapest, Bartók Béla út 105-113.

Tel: (06-1)488-8700 • Fax: (06-1)488-8600

E-mail: info@itthon.hu • www.itthon.hu

MAGYARORSZÁG

Igazgatóságának vezetője **Katona Ilona** tájékoztatta arról, hogy az MT Zrt. milyen tevékenységet fejt ki a régió, illetve a megye turisztikai kínálatának népszerűsítése érdekében.

Dr. Róna Iván a megye néhány polgármesterével, – Tarpán **Dr. Kelemen Bélával**, Tivadarban **Danó Sándorral** – valamint a megyei közgyűlés elnökével, **Seszták Oszkárral** is találkozott és tárgyalásokat folytatott. A program a megye főbb turisztikai nevezetességeinek megtekintésével zárult.

TANULMÁNYUTAK

2009. március 25-27. között **hét dán hivatásturizmusra specializálódott utazásszervező cég képviselője** látogatott Budapestre a Magyar Turizmus Zrt. szervezésében, hogy megismerkedjen a főváros hivatásturisztikai kínálatával. A háromnapos tanulmányút keretében a csoport megtekintette a Magyar Tudományos Akadémiát, az Operát, a Gödöllői Királyi Kastélyt, ellátogattak a Hungaroringre és az Adventure Parkba, ahol próbára teheték ügyességüket, valamint lovasbemutatón vettek részt, és megkóstolhatták a magyar gasztronómia különlegességeit is. A tanulmányút a Malév Zrt., a Ramada Resort Budapest és az STH Special Tours együttműködésével jött létre.

2009. áprilisban és májusban két **svéd és norvég "Balaton márkaépítő" újságírói tanulmányutat** szervezett a Magyar Turizmus Zrt. a magyar tengerhez. A tanulmányutak az MT Zrt. és egy észak-európai PR cég között kötött szerződés keretében valósultak meg, amelynek célja a Balaton újrapozícionálása volt a svéd és norvég piacokon.

A két, egyenként 10-12 fős tanulmányút programjában a nyári családi és aktív üdülés, az egészségturisztikai, a golf és a gasztronómiai kínálat kapott kiemelt szerepet.

Az első tanulmányútra április 25-28. között került sor, amelynek végén az újságírók különleges élményekkel, a balatoni üdülés sokszínűségét megtapasztalva tértek haza.

A 2008. őszi Pécs 2010 – Európa Kulturális Fővárosát bemutató tanulmányutakhoz hasonlóan az MT Zrt. szervezésében 2009. május 8. és 12. között **német utazásszervezők** újabb csoportja ismerkedett meg Pécs és környékének turisztikai kínálatával. A program keretében nem csupán Pécs legfőbb nevezetességei, szállás- és étteremkínálata, valamint a Pécs 2010 EKF projekt került bemutatásra, hanem a régió gasztronómiai- és borkülönlegességei, hagyományai és gyógyszolgáltatásai is, többek között Villányban, Mohácson és Harkányban. A résztvevők között olyan neves utazásszervezők voltak jelen, mint a Studiosus, a Wolff Ost-Reisen vagy a B&T Touristik. Valamennyi szakember pozitívan nyilatkozott az útról.

A hajdúszoboszlói Hungarospa meghívására a Magyar Turizmus Zrt. varsói képviselete 2009. május 18-20. között tanulmányutat szervezett a **dél-lengyelországi média képviselőinek**. A résztvevők között volt a krakkói regionális TV stábja, a krakkói és katowicei legnagyobb regionális lapok újságírói és a legnagyobb lengyel internetes portál, az onet.pl turisztikai szerkesztője.

Hajdúszoboszló már évek óta a legnépszerűbb magyar gyógyfürdő a lengyelek körében, a város az „első lengyel nyaralóhely külföldön”. A tanulmányút célja az volt, hogy a lengyel médián keresztül minél több utazót csábítsanak továbbra is Hajdúszoboszlóra.

A program részeként a résztvevők megismerték a termálhotelt, a fürdőt, az újonnan épülő Aqua Palace-t, kipróbálhatták a strand szolgáltatásait, illetve megkóstolhatták a magyar gasztronómia remekeit is. Lengyelországban a magyar bor és gasztronómia kiemelt termék, a **krakkói TV például külön foglalkozott az ételeink elkészítésével, a lángossal, gulyáslevesel és a malac csülökkel.**

2009. szeptember 14-19. között a Balaton régió turisztikai kínálatával ismerkedett Magne Reigstad, a norvég **Bergens Tidende** napilap újságírója a Magyar Turizmus Zrt. által

szervezett tanulmányút keretében. A Bergens Tidende Norvégia 3. legnagyobb példányszámban megjelenő napilapja, az ország nyugati fele ezt olvassa. Az utazási melléklet újságírója a tanulmányút programjának részeként elsősorban az aktív turisztikai lehetőségekkel (kerékpározás, túrázás, lovaglás), a gasztronómiai hagyományokkal, a helyi borkultúrával, valamint a gyógyturizmus nyújtotta szolgáltatásokkal ismerkedett meg.

Korokon átívelő gasztronómiai értékeinkkel ismerkedtek a nemzetközi média képviselői

A magyar gasztronómia – a különleges tájjellegű ételek, a világszerte ismert hungarikumok kulturális örökségünk elválaszthatatlan részét képezik. Ennek megismertetésére a Magyar Turizmus Zrt. tanulmányútra hívta a nemzetközi média képviselőit. A Társaság szervezésében 2009. szeptember 20-24. között 16 újságíró ismerkedett hazánk korokon átívelő gasztronómiai értékeivel a Kulturális Turizmus Éve „Bor és gasztronómia” pillérének jegyében.

A Kulturális Turizmus Éve keretében a Magyar Turizmus Zrt. ezúttal a magyar gasztronómiai remekeire irányította a nemzetközi média figyelmét. A Társaság által szervezett tanulmányút keretében, szeptember 20-24. között 16 külföldi újságíró vett részt az „ízutazásban”, akik olyan jelentős médiumokat képviseltek, mint a *Revista Sobremesa* spanyol gasztronómiai magazin; a román *TVR 1* (2x1 órás műsort készít); az *Elle Ukraïn*; a *Welt am Sonntag* (az egyik legnagyobb német napilap); az osztrák *Tiroler Tageszeitung*; az osztrák *Genuss Magazin Wein.pur* és további neves lengyel, dán, olasz, kínai, japán és koreai gasztronómiai lapok.

A tanulmányút első napján az újságírók hajón indultak Óbudára, hogy a hangulatos városrészben eleget tegyenek a „Jöjjön ki Óbudára egy jó túróscsuszára” régi dalszövegnek. Este Óbuda legpatinásabb részén, Budapest első zenés gasztronómiai komplexumában, egy több száz éves házban, ugyanakkor mai trendi környezetben kóstolhattak magyar ételkülönlegességeket a vendégek.

Szeptember 21-én Szabolcs-Szatmár-Bereg megyében folytatódott az ízutazás, ahol jó alkalom kínálkozott a híres magyar hungarikum, a pálinka megismerésére Érpatakon, ahol a pálinkafőzde meglátogatása után került sor az ebédre. Nyíregyházán a város turisztikai nevezetességei mellett megismerkedtek a helyi jellegzetes ételekkel, a „Krúdy vacsora” keretében a finomságok elfogyasztása mellett megidéztek a magyar gasztronómiai irodalom egyik kulcsalakját, Krúdy Gyulát. Az író életművéről és gasztronómiai kalandozásairól a Nyíregyházi Egyetem irodalmár rektorának, **Dr. Jánosi Zoltánnak** az előadása által kaphattak teljesebb képet az újságírók. A vacsorán köszöntőt mondott **Dr. Róna Iván**, a Magyar Turizmus Zrt. vezérigazgatója. Az est során a résztvevőknek lehetőségük nyílt megkóstolni a frissen sült kovászos kenyeret, a szatmári szilvapálinkát, a dióval töltött aszalt szilvát és még sok más gasztronómiai kincsünket.

A program további részeként, szeptember 22-én a tokaji boroké volt a főszerep, az újságírók találkozhattak a magyar és nemzetközi szakma által legnagyobb borászok között számon tartott **Szepsy Istvánnal**. Délután ismét a magyar főváros felé vették az irányt, ahol az esti vacsora keretében mangalicából készíthető ételeinket mutatták be számukra. Az este házigazdája **Dr. Niklai Ákos**, a Magyar Turizmus Zrt. elnöke volt.

Másnap, 23-án, Budapest különböző hangulatos reggeliző helyein, kávéházaiban folytatódott a tanulmányút, majd városnézés következett. A délutáni Szoborpark-látogatás és cukrászdatúra után este, a Gundel család receptjei alapján készült ételeket kóstoltak meg a zsurnaliszták, amelyeknek sok elemét már más nemzetek konyhái is alkalmazzák. A vacsorán találkozhattak az egyik Gundel-örökssel **Gundel Jánossal** és **Sándor Attila** háromszoros magyar bajnok sommeiler-vel is. Az MT Zrt. vezetőségét **Dr. Róna Iván** képviselte.

A nemzetközi tanulmányút utolsó délelőttjén a „gasztronómiai érdekességek a magyar konyha világában” jegyében kipróbálhatták az újságírók a rétesnyújtást is.



Magyar Turizmus ZRt.

1115 Budapest, Bartók Béla út 105-113.

Tel: (06-1)488-8700 • Fax: (06-1)488-8600

E-mail: info@itthon.hu • www.itthon.hu

MAGYARORSZÁG

A magyar gasztronómiai értékeket bemutató tanulmányúttal a Magyar Turizmus Zrt. célja részben a múlt, részben pedig olyan értékek és helyek bemutatása volt, amelyek a turisták számára is elérhetőek egy-egy magyarországi kirándulás alkalmával. A nosztalgia és a mai magyar gasztronómiai kultúra keveredésével kivétel nélkül olyan ételeket ismerhettek meg a külföldi vendégek, amelyek magyar alapanyagokból készülnek, elsősorban hazai ételkészítési technológiáival.

A hozzánk látogató külföldiek az élményeik, benyomásaik összessége alapján alkotnak véleményt Magyarországról. A világhírű magyar vendégszeretet, amely rendkívül nagy szerepet játszik a pozitív országgép formálásában, elképzelhetetlen lenne az egyedülálló magyar bor- és gasztronómia nélkül.

Ausztria piacvezető utazási magazinja, a 100 ezres példányszámú „**REISE aktuell**“ újságírója a Budapest Winter Invitation (BWI) tanulmányút keretében ismerkedett a magyar főváros turisztikai, főként az aktuális kulturális kínálatával. A sikeres sajtóút eredményeként a magazin 2009. március elején, 6 oldalon keresztül, rendkívül igényesen összeállított informatív cikkben számolt be arról a számos programlehetőségről, amivel a magyar főváros várja a turistákat. A *Staunen und genießen* („Ámulni és élvezni“) címmel közölt beszámoló osztrák szemmel nézve vette górcső alá az Ausztriából érkező turisták számára különösen érdekes látnivalókat, érdekességeket és gasztronómiai tippeket. A történelmi kapcsolatok és a Budapesthez való közelsége miatt Gödöllő sem marad(ha)t ki az osztrák látogatók programjából. A kulturális érdeklődésű olvasók a Budapesti Tavasz Fesztiválra kaptak invitálást a cikk szerzőjétől, felhívva a figyelmet a BWI keretében március végéig még élő kedvezményes szállodai akciókra is. A **REISE aktuell** magazin elérhető a jelentősebb osztrák utazási irodákban, Ausztriába repülő légitársaságok fedélzetén, top szállodákban, valamint a Merkur, Billa és Interspar áruházakban is terjesztésre kerül az újságosstandok és előfizetés mellett.

MÉDIA-MEGJELENÉSEK

2009 első két hónapjában számos belgiumi lapban és magazinban jelentek meg cikkek és mellékletek Magyarországról a Magyar Turizmus Zrt. közreműködésében. A belga autóklub lapja, a közel 400.000 példányszámú **UIT Magazine** főszerkesztője 6 oldalas cikkében Budapesttel, a brüsszeli Salon kiállításra 500.000 példányban megjelent **VosVacances Magazine** a magyar fürdőkkal és gasztronómiával, a **Le Journal de l'Évasion** (80.000 pld.) szintén 6 oldalban Budapesttel, míg a **PASAR** c. szabadidő magazin (135.000 pld.) 2 oldalban Péccsel és 2 oldalban Egerrel és a Tokaj-hegyljai borvidékkel foglalkozott. A brüsszeli EU intézményekben megjelenő **Together** havilap (15.000 pld.) Budapestről jelentetett meg cikket, valamint a 45.000 példányszámú **Toerisme en Gastronomie** c. szaklap Budapest kulturális életével foglalkozott 2 oldalban. Valamennyi cikk a Magyar Turizmus Zrt. által szervezett tanulmányutak nyomán jelent meg.

Az MT Zrt. müncheni képviselővezetője, Gyuricza Bernadett 2 órás élő interjú keretében mutatta be Magyarország turisztikai kínálatát 2009. március 18-án München második leghallgatottabb rádiójában, a **95.5 Charivari**-ban. Az átlagosan napi 170.000 hallgatóval rendelkező rádió esti beszélgetős műsora hazánk – különös tekintettel a Balaton, Budapest és Pécs – fő vonzerőit mellett kitért még Magyarország kulturális és gasztronómiai kínálatára. Az adás zenei aláfestéseként kedvelt hazai zenekarok szólaltak meg.

A Magyar Turizmus Zrt. ausztriai képviselője stratégiai feladatának tartja, hogy minél több osztrák vendég látogasson el a “Dunától keletre,” ugyanis az osztrák vendégéjszakáknak alig 6 százaléka realizálódik Kelet-Magyarországon. A keleti országrész és a – Kulturális Turizmus Évének jegyében – a magyar gasztronómiai kultúra népszerűsítése kiemelt célkitűzése volt a külképviseletnek a 2009-es marketingtervében. E célok megvalósítása érdekében került sor



MAGYARORSZÁG

Magyar Turizmus ZRt.

1115 Budapest, Bartók Béla út 105-113.

Tel: (06-1)488-8700 • Fax: (06-1)488-8600

E-mail: info@itthon.hu • www.itthon.hu

Ausztria legjelentősebb gasztronómiai magazinjának, a 640 ezres olvasótáborral rendelkező **GUSTO magazin** újságírójának az MT Zrt. által szervezett sajtóújtára. A sikeres tanulmányútnak köszönhetően a magazin egyik márciusi számában 6 oldalas (!) összeállítás ajánlotta felfedezésre Kelet-Magyarország csodáit, gasztronómiai különlegességeit. A cikkben kiemelt említést kapott a helyi tradíciókra épülő mézeskalács-készítés és a pálinkafőzés művészete. Ez utóbbinak külön aktualitást adott, hogy a cikkben bemutatott pálinkafőzde bronzérmet nyert a 2009. március 13-án megrendezett osztrák Destillata versenyen (www.destillata.at), amely a legrangosabb megmérettetés a maga kategóriájában. (Az idei ausztriai versenyen a magyar pálinkák ismét taroltak.) A GUSTO Debrecenről, Hortobágyról, Hajdúszoboszlóról készített összeállítása túlmutatott a megszokott kliséken, az ételreceptek mellett kiemelte az alföldi termálfürdőket, az aktuális kulturális ajánlatokat, valamint a régió legújabb szállodafejlesztéseit is. A cikk megjelenése után az MT Zrt. bécsi külképviseletén érezhetően nőtt az érdeklődés a régió iránt.

Az 1,4 millió előfizetővel rendelkező **The Epoch Times amerikai napilap** 2009. április 2-án a magyar gasztronómia remekét mutatta be olvasóinak. A cikk az „Extremely Hungary” szlogennel jegyzett Amerikai-Magyar Kulturális Évad keretében megrendezett New York-i főzőbemutató nyomán készült, amelyet a Magyar Turizmus Zrt. szervezett még februárban a turisztikai szakma és a média képviselői részére. Az eseményen Bicsár Attila főszakács mutatta be a magyar konyha leghíresebb fogásait a mintegy 70 fős közönségnek. The Epoch Times cikke recepteket is tartalmazott, így az olvasók saját maguk is elkészíthették a különleges magyar ételeket.

A Magyar Turizmus Zrt. olaszországi külképviseletének közreműködésben, 2009 májusában számos olasz magazin hasábjain szerepelt Magyarország. A **CasaMia** lakberendezési magazin gasztronómia melléklete a magyar konyha különlegességein és Sisi kedvenc ételein keresztül mutatta be hazánk turisztikai kínálatát egy több mint 10 oldalas mellékletben. A **Photografare in digitale** szaklap egy igen érdekes aspektusból mutatta be Budapest műemlékeit, vagyis aszerint ismerteti a látóivalókat, hogy hol és hogy érdemes fotókat készíteni Budapesten. Az **Autosprint** autós magazin pedig a Forma 1 Magyar Nagydíj apropójából ismertette a Dunántúl látóivalóit.

Uta Buhr német újságíró a Magyar Turizmus Zrt. szervezésében 2009. február 17-20. között Sopronban járt. A sajtóúton látottakról egy majdnem teljes oldalas cikkben számolt be Németország egyik legjelentősebb napilapjában, a több mint félmillió olvasót elérő **Hamburger Abendblattban**. A cikkben szó esett arról, hogy Sopronba nemcsak a szépen felújított, hangulatos épületek miatt érdemes utazni, hanem a kitűnő gasztronómiai kínálat sem elhanyagolható. Szóba került a határnyitás 20. évfordulója, a Páneurópai Piknik, az hogy a város lakói egyaránt büszkék a soproni születésű Liszt Ferencre, illetve kedvelt vörösborukra, a Soproni Kékfrankosra. Mivel az MT Zrt. kiemelt figyelmet szentel az egészségturizmusnak, ezért a cikk külön foglalkozott a soproni fogorvosi kezelések lehetőségével, valamint szomszédos településen található hegyközi gyógyfürdőt is bemutatta.

„Budapest: Az élet művészete zenével” címmel 2 oldalon mutatta be a magyar fővárost a **francia Valeurs actuelles magazin** egyik májusi száma. A cikk szerzője, Valentin Goux a Magyar Turizmus Zrt. és a Budapesti Fesztiválközpont Nonprofit Kft. szervezésében 2009. március 27. és 29. között járt Budapesten. Az újságíró lelkes hangon számolt be a Budapesti Tavasz Fesztivál zenei eseményeiről és a főváros műemlék-fürdőiről, továbbá elismerő szavakkal mutatta be a magyar gasztronómiai különlegességeket: a libamájat, a borokat és a pálinkát. A Valeur actuelles hetente több mint félmillió olvasóhoz jut el.

2009. május 12-én jelent meg a **”Världens Viner”** (A világ borai) svéd magazin májusi száma, amely teljes terjedelmében (17 cikkben, összesen 124 oldalon) Magyarországgal



Magyar Turizmus ZRt.

1115 Budapest, Bartók Béla út 105-113.

Tel: (06-1)488-8700 • Fax: (06-1)488-8600

E-mail: info@itthon.hu • www.itthon.hu

MAGYARORSZÁG

foglalkozott. A lap főcímének megfelelően – “Élmények, gasztronómia, italok, utazás” – a magyar borvidékek, 79 magyar bor és 11 borász részletes bemutatása mellett Magyarországról is sok hasznos és érdekes információt közölt, több riporter tollából. Fejezetei között helyet kapott a történelem, a kultúra, kuriózumok (pl. a Rubik-kocka, a Hollywood-ba elszármazott magyar filmesek, a golyóstoll feltalálója, vagy a millenniumi kisföldalatti), a történelmi fürdők, a hagyományos magyar ételek, a kávéházi kultúra, vagy az új golfpályák bemutatása. Külön fejezet foglalkozik a Magyarország legszebb épületeként aposztrofált Gresham szállóval, valamint (“Van kiadó szobájuk?” fejezetcímmel) a magyar kastélyszállókkal.

A gyönyörű kivitelű, különlegesen illusztrált exkluzív magazin az eddigi legnagyobb terjedelmű svéd sajtóanyag Magyarországról.

A kiadvány előkészítésében a Magyar Bormarketing Kht., az ITD Hungary stockholmi szakdiplomataja és a Magyar Turizmus Zrt. skandináv képviselője segítette a szerkesztőt és kiadót, ezzel jó példáját adva a küpiacon elérhető szinergiahatásnak. A kiadványt mindhárom szakmai intézmény fel tudja használni saját marketingtevékenységében. Az MT Zrt. új arculatának megfelelő hirdetése a Társaság külképviseletének honlapjára irányítja az olvasókat. A “Världens Viner” Svédországban mintegy 60 ezer magas jövedelmű olvasóhoz jut el. Korábban hasonló különszámok az alábbi országokról, illetve tájakról jelentek meg: Toszkána, Kalifornia, Ausztria, Champagne, Elzász.

2009. május közepén megjelent a **szlovák GEO Sezóna** magazin nyári különszáma, amely központi témaként 25 oldalon át mutatta be Magyarország turisztikai kínálatát. A lapból elsősorban Budapestet és a hazai gyógy- és wellness lehetőségeket ismerhették meg az érdeklődők. A megjelenést a Magyar Turizmus Zrt. szakmai információkkal segítette, illetve az hazai egészségturisztikai kínálatot bemutató rész a Társaság által korábban szervezett tanulmányút nyomán született. A színes, fotókkal gazdagon illusztrált összeállítás bemutatta a magyar főváros történetét, építészeti remekeit, fürdőit, **gasztronómiai kínálatát**, közkedvelt gyermekprogramjait, mint pl. az Állatkert és a Vidámpark, de kiemelten kezelte a Dunakanyart is. A gyógy- és wellness téma keretében a lap foglalkozott a budapesti történelmi fürdőkkel, de helyet kapott Hévíz, Egerszalók, Miskolctapolca is, valamint a kiadvány utazásra invitálta az olvasókat a Balatonhoz és a borutakra. A Geo Sezóna a GEO magazin félévente (téli és nyári kiadásban) 25.000 példányban önállóan terjesztett különszáma.

Az MT Zrt. Ausztriában számos tanulmányutat is szervezett a hazai borkultúra megismertetése érdekében. Az egyik legutóbbi sajtóút eredményeként 2 oldalas összeállítás jelent meg az egri borvidékről a félmillió olvasóval rendelkező **Oberösterreihische Nachrichten** napilapban. A cikk szerzője festői leírást adott a borvidékről, amit „extra-osztályba” sorolandónak minősített. A gasztronómiai és történelmi körkép után az újság olvasói megismerkedhettek a környék wellness és egyéb turisztikai szolgáltatásaival is, a szálláshelyek bemutatása, valamint a programajánló gondoskodott arról, hogy az osztrák olvasók „első felindulásból” meginduljanak Magyarországra. A cikk külön foglalkozott az euró erős magyarországi vásárlóértékével is.

A Magyar Turizmus Zrt. ausztriai külképviselete által szervezett tanulmányutaknak és sajtótájékoztatóknak köszönhetően az osztrák újságolvasók folyamatosan tájékozódhattak a 2010. évi Pécs 2010 – EU Kulturális Fővárosa projektről. Júniusban a négyszázazres olvasótáborral rendelkező tekintélyes **Salzburger Nachrichten** közölt egész oldalas, utazásra ösztönző, kedvcsináló összeállítást Pécsről és Baranya megyéről. A részletes, történelmi- és földrajzi adalékokkal teli, gazdagon illusztrált beszámoló már 2009-ben Pécs és környékének meglátogatására invitálta az olvasókat, konkrét kulturális-, gasztronómiai- és wellness programokat is ajánlva a 2010-es EU Kulturális Fővárosába és a megyébe látogató osztrák turistáknak. Az Ausztriában közlekedő intercité és eurocité, valamint a railjet vonatok fedélzeti magazinjaként is szolgáló Bahnmax magazin Pécs 2010 rovatot indított, hogy az



Magyar Turizmus ZRt.

1115 Budapest, Bartók Béla út 105-113.

Tel: (06-1)488-8700 • Fax: (06-1)488-8600

E-mail: info@itthon.hu • www.itthon.hu

MAGYARORSZÁG

utazóközönség folyamatosan tájékozódhasson az EU leendő Kulturális Fővárosában történekről. Az osztrák utazók körében igen meghatározó motiváció a kulturális attrakciók meglátogatása. Az MT Zrt. a Kulturális Turizmus Évéhez kapcsolódva Ausztriában „Ungarn GrossARTig” címmel szervezett egész éves kampányt, amely során a magyar kulturális élet reprezentáns intézményei és programjai mind bemutatásra kerültek.

„A belgiumi Télétourisme adása idén a Balatonnál vakációzik” címmel („Cet été Télétourisme partira en vacances au Lac Balaton”) sugározta a „belga MTV1” csatorna 2008. júniusban forgatott, és 2009. januárban már vetített nagy sikerű Balatonról szóló 25 perces riportfilmjét. A stáb nyaralni megy – sorozat további helyszínei a francia Riviéra, Svájc, Luxemburg, Bretagne és Olaszország voltak 2009 nyarán. A *belga RTBF Télétourisme* produkciójában készült műsor nézettsége meghaladta a 800.000 főt, amelyet a TV5 nemzetközi csatorna, valamint az RTBF-SAT is többször adásba tett. A film forgatását a Magyar Turizmus Zrt., valamint a Nyugat-Baltoni Térségmarketing Kht. szervezte. A riportfilm témája a magyar tenger, a termálturizmus és a **Balaton gasztronómiája** volt. Az egyhetes tartózkodás alatt a belgák forgattak Balatonfüreden, Tihanyban, Siófokon, Keszthelyen, Badacsonyban és Hévízen is.

2009. július 8-án a szlovákiai magyaroknak szóló **Új Szó napilap** 16 oldalas Balaton-mellékletet jelentett meg, amelyet a Magyar Turizmus Zrt. szakmai információkkal segített. Az újság 26.000 példányban jelenik meg naponta, de a Balaton-mellékletet tartalmazó számot emelt, 28.000 példányszámú kiadással terjesztették. A melléklet tartalmazta a baltoni természet leírását, a tó történetét, fizető- és szabadstrandok listáját, családi nyaralási tippeket, 2009. évi programajánlót. Az olvasók a mellékletben sok hasznos információt is találtak, pl. a kompközlekedés, viharjelzési fokozatok ismertetése, Balaton környéki városok, gyógyhelyek (mint pl. Hévíz, Zalakaros), sportolási lehetőségek (kerékpár, lovasturizmus, horgászat, vitorlázás, vízisíelés stb.), de az információkból nem maradtak ki a **baltoni borok és gasztronómia** sem.

Matthew Gardner, a **Travel Bite** újságírója, blogjában számolt be a Magyar Turizmus Zrt. által szervezett élő hagyományainkat bemutató tanulmányút eseményeiről. Fotókkal gazdagon illusztrált írásában rendkívül részletesen és pozitívan említette a magyar hagyományokat, felhívva a figyelmet a gasztronómiára, a **magyar bor- és pálinka kultúrára**. Külön kiemelte a kiváló szervezést és az idegenvezető munkáját.

A magyarországi osztrák vendégforgalom korcsoport szerinti bontása alapján meghatározó az 55+ senior korosztály, amelynek megszólítása érdekében a Magyar Turizmus Zrt. minden kommunikációs eszközt megragadja. Az MT Zrt. által szervezett, a kelet-magyarországi „élő hagyományainkat” bemutató nemzetközi sajtóúton Ausztriát – a senior korosztály körében legnépszerűbb on-line életmódmagazin, – a www.55plus-magazin.net újságírója képviselte. A sikeres sajtóútnak köszönhetően a magazin **magyarországi kulturális események garmadáját kínálta olvasóinak**: részletes videó filmes és fényképes összeállításokban számoltak be hazánk nyári kulturális, gasztronómiai, sportolási és kirándulási, valamint vásárlási lehetőségeiről. Kelet-Magyarországot „titkos és biztos tippként” számtalan – a tanulmányút alapján született – összeállítás ajánlotta az olvasók figyelmébe, amelyek a régi kliséken túlmutatva ábrázolták a Hortobágyot, a nyírségi kézműves és gasztronómiai kultúrát. A friss nyári turistacsalogató összeállítás közvetlenül elérhető volt az on-line magazin címdaláról, valamint Reise/Utazás menüjéből, amelyet havonta 130 ezer célcsoportba tartozó látogató keres fel.

2009 júniusában a Magyar Turizmus Zrt. és az Eurail együttműködésében 8 újságíró látogatott hazánkba, hogy Magyarország turisztikai kínálatával, illetve Budapesttel mint az Eurail egyik állomásával ismerkedjenek meg. A tanulmányút nyomán, július végén jelent meg egy cikk a közel 480.000 előfizetővel bíró **Epoch Times**-ban. Az írás részletesen mesélt a



Magyar Turizmus Zrt.

1115 Budapest, Bartók Béla út 105-113.

Tel: (06-1)488-8700 • Fax: (06-1)488-8600

E-mail: info@itthon.hu • www.itthon.hu

MAGYARORSZÁG

tanulmányút kiegészítő programjairól, a Balatonnál eltöltött hosszú napról, bemutatta Balatonfüredet, Tihanyt és a csopaki borvidéket. Az olvasókkal számos kellemes élményt osztott meg Szentendréről, valamint a Skanzenről is. A cikket a Corinthia Grand Hotel Royal zárta, amelynek fürdője is említést kapott.

Az Epoch Times egy New York-i székhelyű nemzetközi hetilap, amely 30 országban van jelen, és írásait 17 nyelven publikálják.

A tanulmányút nyomán a New York-i székhelyű nemzetközi hetilap, az Epoch Times után a **Gayot magazin** internetes portálján jelent meg cikk hazánkról. Az újságíró kiemelte Budapest nevezetességeit, és már a cikk első sorában Párizshoz hasonlította a magyar fővárost, ami azért is hízelgő, mert a szerző maga párizsi. A Gayot.com internetes portál mindig naprakész turisztikai és gasztronómiai információkkal látja el az olvasókat, az oldal egyedi látogatóinak száma több mint 170.000 fő.

A nagy hagyományokkal rendelkező népszerű svéd hölgy magazin, a **SVENSK DAMTIDNING**, a nyár folyamán három cikket is közölt Budapestről, középpontba állítva a gyógyfürdő-kultúrát. Az első cikkben a budapesti **svéd nagykövetség vezetője az olvasót a magyar gasztronómiába**, a másodikban a Gellért Szálló és fürdő múltjával és jelenével foglalkozott a szerző, a harmadikban pedig – amelynek címe "Budapest – Nyár Európa legsármosabb fővárosában" – Budapest nyári attrakcióit ismerteti a riport szerzője. Mindhárom cikket a lap saját fotósának képei illusztrálták. Ann Löfberg újságíró és Per Arvidsson fotós útját a Magyar Turizmus Zrt stockholmi irodája a Danubius Hotel Gellérten együttműködésben szervezte. A három cikk összesen 8 oldalon foglalkozott a magyarországi témával, a lapot alkalmanként 350 ezren (90%-ban hölgyek) olvassák, a megjelent cikkek médiafelületének hírértéke több mint 7 millió Ft.

Emmanuel Tresmontant, a **viamichelin.com** francia újságírója a Magyar Turizmus Zrt. és Malév Zrt. párizsi képviseletének meghívására 2009. június 29. és július 2. között az észak-magyarországi régióban készített helyszíni riportokat. Magyarországi beszámolója a viamichelin.com gasztronómiai/borászati rovatában **"A Tokaji felfedezése Magyarországon"** ("A la découverte du Tokaji en Hongrie") és „A Tokaji Aszú néhány mai jelentősebb személyisége” ("Quelques grands figures actuelles du Tokaji Aszú") címmel volt olvasható. Az újságíró bemutatta a tokaji bor és borrégió történetét, a tokaji szőlőket, borokat, a tokaji borászat mai főszereplőit. A turisztikai magazinban «Eger et Hollókő, deux perles de Hongrie» az "Eger és Hollókő, Magyarország két gyöngyszeme" címmel olvasható riport Eger és Hollókő turisztikai látnivalóit mutatta be az olvasóknak.

A viamichelin.com 5 nyelven, franciául, németül, olaszul, angolul és spanyolul publikálja a portál tartalmát. A portál olvasóinak száma Európában *naponta* 1 millió. A magyarországi riportok szeptember 1-től két héten keresztül voltak olvashatók a viamichelin.com-on.

A Magyar Turizmus Zrt. 2008. nyári sajtóútjának egyik résztvevője, Dominik Kollmann podcastot tett közzé a Tisza-tóról saját utazási honlapján, a **CHECK IN-en**. A hanganyag rövid interjú keretében bemutatta a Tisza-tó kialakulását, a helyi néphagyományokat és gasztronómiai különlegességeket, valamint a régió természeti értékeit. A podcast elhelyezésre került még a népszerű **podster.de** portálon is.

A félmillió olvasót elérő **német női magazin**, a **Tina**, Koch&Back-Ideen augusztusi mellékletében kétoldalas cikk jelent meg a Balatonról. A képekkel gazdagon illusztrált írás Keszthely és Hévíz nevezetességeit méltatta, megismertette a német olvasókat néhány hungarikummal, valamint **magyar gasztronómiai specialitásokat mutatott be**. A cikk két magyar ételrecepttel is meglepte olvasóit.

A **ViaMichelin** Turizmus és Gasztronómia című hírlevele kéthetente 1,5 millió előfizető számítógépére érkezik meg. A 2009. szeptemberi hírlevél kiemelt desztinációi között Eger és



Magyar Turizmus Zrt.

1115 Budapest, Bartók Béla út 105-113.

Tel: (06-1)488-8700 • Fax: (06-1)488-8600

E-mail: info@itthon.hu • www.itthon.hu

MAGYARORSZÁG

Hollókő is szerepelt. „Fel kell fedezni Egert, Budapest után talán az ország legszebb városát, illetve Hollókő-t, az UNESCO világörökségi listáján szereplő hagyományőrző települést.”

A cikk szerzője, Emmanuel Tresmontant, a Magyar Turizmus Zrt. meghívására 2009 júliusában töltött négy napot Észak-Magyarországon.

A Balaton parti szálláshelyeken az osztrák vendégéjszakák számának élénkítése érdekében a turisztikai főszezon követően is komoly kommunikációs offenzívát folytatott az MT Zrt. ausztriai képviselője. Egy Zrt. által szervezett sikeres sajtóútnak köszönhetően a negyedmilliós olvasótáborral rendelkező **OÖ Nachrichten** terjedelmes, kétíves cikkben számolt be a magyar tenger turisztikai attrakcióiról. A képekkel gazdagon illusztrált összeállítás útikönyvszerű részletezettséggel taglalta a látványosságokat körös-körül a Balaton mentén: történelmi adalékokkal és osztrák párhuzamokkal színesítve a cikket. Természetesen a gasztronómia és a borvidék említése sem maradhatott ki, s az éttermi és szállodai ajánlatok szinte azonnali indulásra készítették az olvasót, hogy a Balaton partján személyesen is megtapasztalhassák a kuriózumokat. A nyári főszezonban, a szomszédos Ausztriában a Balaton turisztikai szolgáltatásait mintegy 100 millió forintnak megfelelő reklámértéken népszerűsítette a Magyar Turizmus Zrt. Az MT Zrt. hírleveleinek, sajtótájékoztatóinak, tanulmányútjainak és APA-közleményeinek köszönhetően az osztrák sajtó továbbra is folyamatosan foglalkozik a balatoni ajánlatokkal. A legjelentősebb osztrák gazdasági hetilap, az egymillió olvasótáborral rendelkező **NEWS** nyárvégi száma egy balatoni tényfeltáró riportban mutatta be, hogy a magyarországi turisztikai szolgáltatások fantasztikus áron érhetőek el. Ausztria legnagyobb példányszámú ingyenes hetilapjában, a **Bezirks Blätter**-ben 18 balatoni szálloda ajánlatán keresztül fizetett hirdetésben és PR cikkben prezentálta a kedvező nyári ajánlatokat az MT Zrt.

Az **Ausztriában igen közkedvelt magyar konyha újrafelfedezésének lehettünk tanúi**, 2009-ben egyre több étterem vette fel étlapjára magyaros ízeket tartalmazó ételválasztékot, illetve népszerűek az ausztriai magyar éttermek is. E trendet igyekezett erősíteni ausztriai



tevékenységével a Magyar Turizmus Zrt. – azzal a nem titkolt céllal, – hogy minél több osztrák turistát csábítson a „hasánál fogva” is Magyarországra. Szeptemberben a legnívósabb osztrák gasztronómiai magazinok újságírói jártak hazánkban, hogy feltárják a meglátogatásra érdemes magyar vendéglátóhelyeket és kuriózumokat. Az egyik sikeres tanulmányútnak köszönhetően a **Genuss Magazin** (www.genuss-magazin.eu) 2009. októberi száma négyoldalas exkluzív összeállításban számolt be magyarországi tapasztalatairól. A rendkívül informatív és bennfentes tapasztalatokkal megírt cikk külön kitért arra, hogy a közelmúltban a magyar turizmus nagy utat tett meg: komoly fejlesztéseknek köszönhetően magas minőségi szolgáltatást képezt nyújtani a prémium szegmens számára is. Az összeállítás

Szeged, Budapest, Tokaj és a Balaton körül kalandozva, a kulturális élet sokszínűségét bemutatva ajánlotta a környék meghatározó éttermeit az osztrák olvasók figyelmébe. Az igazi ínycsepek pedig a mellékelt receptek segítségével készíthették el például a Gerbeaud-szeletet vagy a magyaros borjúpörköltet. Mint ismeretes, az MT Zrt. ausztriai képviselője az egész éves Ungarn GrossARTig kampánya keretében szeptember hónapban a gasztronómiai értékeink bemutatására helyezte a hangsúlyt. Az MT Zrt. magyar gasztronómiát népszerűsítő ausztriai akcióiról az osztrák sajtó mellett a Magyar Televízió is beszámolt Kárpát Express című műsorában.

A Magyar Turizmus Zrt. és a Hévízi Marketing Egyesület által szervezett 2009. júniusi sajtóút nyomán Ernst Deubelli újságíró tollából két féloldalas cikk jelent meg a **Passauer Neue**



MAGYARORSZÁG

Magyar Turizmus ZRt.

1115 Budapest, Bartók Béla út 105-113.

Tel: (06-1)488-8700 • Fax: (06-1)488-8600

E-mail: info@itthon.hu • www.itthon.hu

Presse szeptemberi számában. A szerző a kora nyári magyarországi élményeit osztotta meg az olvasókkal. Hévíz esetében többek között kiemeli a számos gyógyhatású elemben gazdag, háromnaponta cserélődő gyógyvízkészlet és gyógyító iszap jelentőségét, amely több száz betegségre ad gyógyírt. Az újságíró nagy örömmel konstatálta az itt élők és dolgozók német nyelvtudását, ami az otthon érzetét keltheti az ide látogató német vendégekben. A cikk felhívta a figyelmet a környék széles kulturális és szabadidős programkínálatára is, melyben kicsik és nagyok egyaránt megtalálhatták a számukra leginkább megfelelőt.

A főváros ihlette cikk elismerően szólt Budapestről és hazánk vendégszeretetéről, valamint a gasztronómia kínálatáról: **a szerző kedvcsináló módon kalauzolta az olvasókat a Vásárcsarnok ínycsiklandozó kolbász és paprika standjaitól a cukrászdák és kávéházak mesés világába.** Emellett felhívta a figyelmet arra is, hogy a kommunizmusnak már nyoma sincs a városban, sokkal inkább érzi úgy az ember az utcákon sétálgatva, mintha Bécsben vagy Párizsban járna. A napilap 190.000 példányban jelenik meg.

Budapestről a **Süddeutsche Zeitung** szeptember 19-i számában is olvashattak az érdeklődők: a lapban egy hosszúhétvégi szilveszteri ajánlat, egy úgynevezett Leserreise csalogatta fővárosunkba a németeket.

2009-ben a legnívósabb osztrák gasztronómiai magazinok újságírói, illetve neves osztrák napilapok tudósítói jártak hazánkban, hogy felfedezzék a magyar vendéglátóhelyeket és tájegységeket. A MT Zrt. „Magyar gasztronómiai értékek” tematikájú tanulmányútjának eredményeként a több mint negyedmillió olvasótábórral rendelkező **Tiroler Tageszeitung** (www.tt.com) friss száma kettő, egész oldalt betöltő összeállításban számolt be kedvező magyarországi kulináris élményeiről. A cikk üzenete: Magyarország a keleti blokk országából Európa egyik kulináris élvezeteket nyújtó mintarégiójává vált. Az élménybeszámolón és utazási tippajánlón keresztül a Tokaji borkülönlegességek mellett, részletes betekintést kaphattak a tiroli olvasók a hazai virágzó pálinkakultúra féltett kincseibe is. A **Genuss Magazin internetes platformja** az MT Zrt.-vel együttműködve a hónap úti tippjeként ajánlotta a békéscsabai Kolbászfesztivált.

Kedvcsináló, rendkívül pozitív hangvételű cikk jelent meg Észak-Magyarország két híres bortermelő vidékéről/városáról, Tokajról és Egerről, a Da Zhong dél-kínai napilapban, amelyet Qingdaoban (Csingdaó) adnak ki 500.000 példányszámban. A lap újságírója a Magyar Turizmus Zrt. által szervezett gasztronómiai témájú nemzetközi tanulmányút keretében látogatott hazánkba. Az írás részletesen bemutatja Eger és Tokaj városát: dicséri Eger barokk épületeinek szépségét, a híres Egri Bikavért és a megannyi hangulatos pici borászatot, pincét, borkészítő műhelyt. Tokajról szólva szintén a helyi borokat méltatja, természetesen kiemelve a Tokaji Aszút és név szerint is említve néhány híres borászatot, amelyeknek sajátosságait, a bortermelés menetét is leírta.

Ismét a **világ Top10 bortúra úti célja közé választotta Tokajt a TripAdvisor.** A TripAdvisor 2009. szeptember 7-i hírlevelében egyszer már szerepelt Tokaj a legjobbak között. A TripAdvisor a világon az egyik legmeghatározóbb véleményformáló és információ forrás az utazók számára, így az újabb elismerés tovább erősíti Tokaj és hazánk pozitív turisztikai imázsát.

A Magyar Turizmus Zrt. által szervezett gasztronómiai témájú nemzetközi tanulmányút nyomán újabb cikk jelent meg a kínai sajtóban. Ezúttal az ország második legnagyobb légitársaságának, **a Southern Airlines egyik hivatalos lapja, a 150.000 példányban megjelenő Elite magazin** írt rendkívül elismerően hazánk turisztikai kínálatáról. A cikk bevezetőjében megemlítette, hogy a Duna számtalan városa közül csak Budapest érdemelte ki a Duna gyöngye címet, ami a két világháború ellenére gyönyörűen megmaradt épületeinek köszönhető. A város azonban nemcsak épületeiről, hanem csodás éttermeiről is híres. Az összeállítás több éttermet, vendéglőt és kávéházat is bemutatott.



MAGYARORSZÁG

Magyar Turizmus ZRt.

1115 Budapest, Bartók Béla út 105-113.

Tel: (06-1)488-8700 • Fax: (06-1)488-8600

E-mail: info@itthon.hu • www.itthon.hu

A Royal Tokaji 5 Puttonyos Aszú 2005 Red Label a Wine Spectator által a világon a legjobbnak talált 100 bor között az előkelő 44. helyezést érte el. A neves amerikai magazin minden év végén 100-as listán értékeli az év során a világ minden tájáról kóstolásra került borokat. Az elismerés mellett, hogy jelentős hírértéket generálnak hazánk számára, tovább erősíti Magyarország pozitív turisztikai imázsát is, ezért kiváló eszközként alkalmazhatók a Magyar Turizmus Zrt. külföldi promóciós tevékenysége során is.

A magyar gasztronómia egyik remekét, **a székelygulyást mutatta be olvasóinak az amerikai The Epoch Times**. E gasztronómiai remek még a Magyar Turizmus Zrt. New York-i külképviseletének karácsonyi partner rendezvényén ihlette meg a cikk szerzőjét.

A The Epoch Times naponta 1,4 millió példányban jelenik meg.

A The Epoch Times után újabb amerikai médium állította a figyelem középpontjába a magyar gasztronómiát a Magyar Turizmus Zrt. New York-i külképviseletének közreműködésében és szakmai segítségével. Ezúttal egy 12 perces összeállítás jelent meg New Yorkban, amely **a magyar „sütemény-költeményeket”** mutatta be nézőinek. A TV az Amerikában élő kínai kisebbség televíziója, amelynek nézettsége 1,5 millió fő.