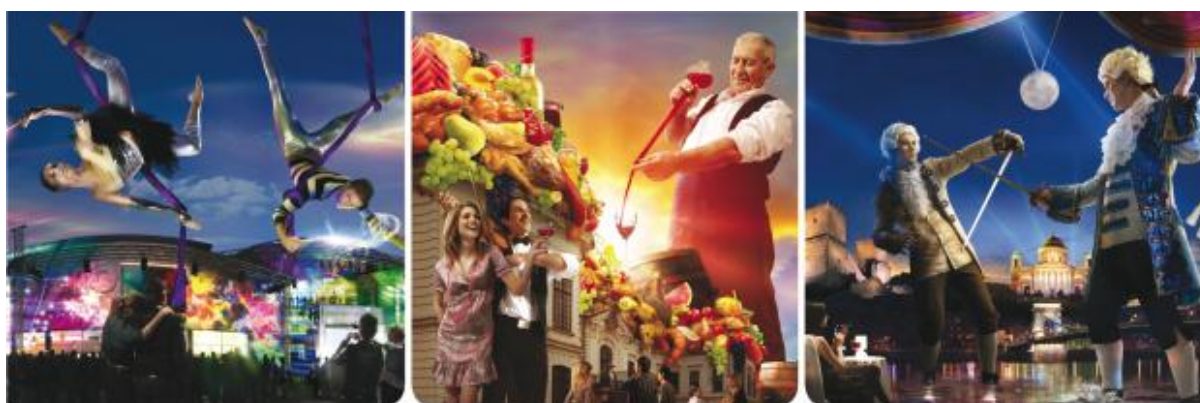


A MAGYAR TURIZMUS ZRT. MARKETINGBESZÁMOLÓJA 2010. JÚLIUS

Júliusban lezajlott, folyamatban lévő, illetve előkészítés alatt álló
kiemelt akciók*



 **fesztiválok**
éve 2010

élmény veled

www.itthon.hu


MAGYARORSZÁG

* A beszámoló terjedelmi korlátai nem teszik lehetővé valamennyi turisztikai régió és valamennyi külképviselet összes akciójának felsorolását.

TARTALOMJEGYZÉK

A MAGYAR TURIZMUS ZRT.....	3
KIEMELT MARKETINGAKCIÓK, KAMPÁNYOK.....	4
BELFÖLD.....	4
FESZTIVÁLOK ÉVÉHEZ KAPCSOLÓDÓ MARKETINGAKCIÓK/ESZKÖZÖK	4
KULTURÁLIS TURIZMUS.....	6
BOR ÉS GASZTRONÓMIAI TURIZMUS.....	7
EGÉSZSÉGTURIZMUS	7
HIVATÁSTURIZMUS	9
KERÉKPÁROS TURIZMUS	9
KEMPINGTURIZMUS.....	9
ÖKOTURIZMUS	9
FALUSI TURIZMUS	10
KORCSOPORTOS, IFJÚSÁGI TURIZMUS.....	10
VENDÉGBARÁT MAGYARORSZÁG	10
BALATONT NÉPSZERŰSÍTŐ MARKETINGAKCIÓK.....	11
BUDAPEST-KÖZÉP-DUNAVIDÉK TURISZTIKAI RÉGIÓT NÉPSZERŰSÍTŐ AKCIÓK.....	13
KÜLFÖLD	14
BALATONT NÉPSZERŰSÍTŐ MARKETINGAKCIÓK	14
HIVATÁSTURIZMUS	15
EGÉSZSÉGTURIZMUS	16
AZ MT ZRT. KÜLKÉPVISELETEINEK TOVÁBBI MARKETINGAKCIÓI.....	17
KIÁLLÍTÁSOK, VÁSÁROK, RENDEZVÉNYEK	21
SZAKMAI KAPCSOLATOK	21
SAJTÓKAPCSOLATOK	21
BELFÖLD.....	21
KÜLFÖLDI MÉDIA ÉS SZAKMAI TANULMÁNYUTAK	22
KIADVÁNYOK.....	22
MÉDIA-MEGJELENÉSEK	24
E-MARKETING	26
PIACKUTATÁS ÉS STATISZTIKA	28
CONTACT CENTER.....	29
EGYÉB.....	29

A MAGYAR TURIZMUS ZRT.

A Magyar Turizmus Zrt. a nemzeti turisztikai marketingfeladatok ellátásáért felelős Társaság. Küldetése, hogy szolgáltatáscentrikus módon hozzájáruljon a hazai turisztikai kínálat piacra viteléhez, és ezáltal elősegítse a Magyarországon realizálódó belföldi és beutazó turizmusból származó bevételek növelését, a folyó fizetési mérleg pozitívumának erősítését. Ezzel – igazodva a Nemzeti turizmusfejlesztési stratégiában megfogalmazottakhoz – támogatja a magyar gazdaságban újabb munkahelyek létrehozását és fenntartását, hozzájárul a magyar GDP kiegyensúlyozott növekedéséhez, valamint az életminőség javításához.

Konkrét feladatai:

- ✓ Magyarország mint turisztikai úti cél imázsának építése, erős és egységes **Magyarország-márka** kialakítása,
- ✓ a magyar turisztikai kínálat piacra jutásának segítése versenysemleges módon, a marketingkommunikáció eszköztárával belföldön és külföldön,
- ✓ a turisztikai iparágon belüli és kívüli, továbbá a regionális és interregionális együttműködések támogatása a turizmusmarketing területén,
- ✓ turisztikai információ biztosítása a belföldi és a Magyarországon tartózkodó külföldi turisták, a potenciális utazók, a döntéshozók, a belföldi és a külföldi turisztikai szakma számára,
- ✓ a lakosság és a szolgáltatók vendégbarát attitűdjének ösztönzése.

A Magyar Turizmus Zrt. a belföldi turizmus élénkítése terén hangsúlyos szerepet szán az ország kilenc turisztikai régiójában működő Regionális Marketing Igazgatóságoknak (RMI). A regionális irodák fő feladata a régiók identitásnövelése, a vidék ismertté tétele, a régiós szolgáltatók ösztönzése minőségi turisztikai termékek kialakítására és szinten tartására. A belföldi keresletélénkítés érdekében elsődleges feladat a szolgáltatók versenysemleges piacra juttatása. Az RMI-k ennek érdekében a régió marketingtervében foglaltaknak megfelelően szorosan együttműködnek a helyi turisztikai szolgáltatókkal és regionális szervezetekkel, részt vesznek a termékfejlesztésben, a kiadványok elkészítésében, képviselik a régiót, illetve annak szolgáltatóit a belföldi és külföldi turisztikai kiállításokon, valamint közreműködnek a regionális pályázatok kezelésében és elbírálásában.

A Magyar Turizmus Zrt. jelenleg 19 országban működtet külképviseleteket. A külképviseletek feladata Magyarország mint turisztikai desztináció ismertségének növelése, imázsának javítása Magyarország legfontosabb, illetve dinamikusan fejlődő küldőpiacain. Ennek érdekében a külképviseletek piacspezifikus kiadványokat készítenek, illetve terjesztenek, kiállításokon, vásárokon vesznek részt, hirdetéseket jelentetnek meg. Honlapjaikon széles körű információkkal segítik a magyarországi utazást tervező nagyközönséget, illetve a magyarországi utazásokat programozó szolgáltatókat. Folyamatos kapcsolatot tartanak fenn a helyi média és a turisztikai szakma képviselőivel, tanulmányutakat és sajtótájékoztatókat szerveznek.

Az MT Zrt. 2010. évi marketingterve és a 2010-2012 éveket felölelő marketingstratégiája letölthető a Társaság www.itthon.hu oldalának Szakmai oldaláról.

Az MT Zrt. 2010-re a **Fesztiválok Évét** hirdette meg, amelyről bővebb információ: <http://fesztival.itthon.hu/>

KIEMELT MARKETINGAKCIÓK, KAMPÁNYOK

A Magyar Turizmus Zrt. 2010 júliusában – az akcióterve szerint – **287 marketingakciót** szervezett.

BELFÖLD

A Magyar Turizmus Zrt. márkastratégiája alapján kidolgozott turisztikai arculatot külföldön 2008-ban vezetett be, 2009-ben már belföldön is ezzel az arculattal jelent meg. Az egységes megjelenés, amely az egyes témaévekre is kiterjed, erősíti az **országmarkát**. Ugyanakkor belföldön, akár csak külföldön, lehetőség van az egyedi, régiókra jellemző jegyek megjelenítésére is.

Állandó szlogen: „**Itthon otthon van**”

Tematikus szlogen: „**Élmény veled!**”

FESZTIVÁLOK ÉVÉHEZ KAPCSOLÓDÓ MARKETINGAKCIÓK/ESZKÖZÖK

✓ Fesztiválbusz



A Fesztiválok Évében a Magyar Turizmus Zrt. a MOL támogatásával, egy – külön erre a célra kialakított – fesztiválbusz segítségével népszerűsíti 2010. június utolsó napjától októberig a belföldi programokat a fesztiválok helyszínein. A busz – nevével ellentétben – sokkal több, mint egy busz: **találkozóhely, játszótér, információs pont és lounge egyszerre**. A könnyűzenei, elsősorban a fiatalabb korosztályokat vonzó állomásokon (VOLT és Hegyalja Fesztivál)

főként a Fesztiválbusz által kínált játékok voltak a népszerűek, ezzel szemben a Szegedi Szabadtéri Játékokon és a Művészetek Völgyében az információadást kísérte nagyobb érdeklődés. A játékok az állomásoknak megfelelően alkalmazkodtak a közönséghez, így például a fiatalok, a gyerekek és a családok igényeihez, ami tovább növelte a busz kedveltségét a látogatók körében. A Fesztiválbusz játékein résztvevők regisztrációja lehetővé teszi, hogy a látogatókat a jövőben közvetlenül – például elektronikus hírlevél formájában – is megkeresse az MT Zrt. A jármű egyes állomásairól az érdeklődők folyamatosan tájékozódhatnak a Facebook közösségi oldalon.

A fesztiválbusz júliusi állomásai az alábbiak voltak:

- ✓ VOLT Fesztivál (Sopron, 2010. június 30. – július 3.)
- ✓ Szegedi Szabadtéri Játékok (Szeged, 2010. július 9-11-i hétvége)
- ✓ 11. Hegyalja Fesztivál (Tokaj-Rakamaz, 2010. július 14-18.)
- ✓ Művészetek Völgye (Balaton-felvidék/Bakony, 2010. július 23. – augusztus 1.)

✓ Gerillamarketing-akció

A Magyar Turizmus Zrt. gerillamarketing-akciójának keretében 2010. július 1-jén és 2-án feltűnő „fesztiválkarakterek” az MT Zrt. kiadványait osztogatva népszerűsítették a 2010-es Fesztiválok Évének eseményeit és kedvezményes szállásajánlatait. Az igazi fesztiválhangulatról a csoportot kísérő jármű is gondoskodott, amely folyamatos zenével és egy óriásplakáttal invitálta a járókelőket hazai fesztiválzásra. A „fesztiválkarakterek” a hazai fesztiválok tematikájához kapcsolódó jelmezekbe – lovag, cigánylány, punk, borász, bohóc, magyar népviselet, Forma1-es pilóta, rabbi, szakács – öltözve idézték fel a különböző művészeti, zenei, bor- és gasztronómiai, hagyományőrző, sport stb. fesztiválok hangulatát. A gerillaakcióval az MT Zrt. legfőbb célja az utazók érdeklődésének felkeltése volt hazánk gazdag és színes fesztiválkínálata iránt a témaév „élmény veled” szlogenének jegyében.



✓ FORMA 1 nyereményjáték a Fesztiválok Évében

2010. július 26. éjfélig tartott a Magyar Turizmus Zrt. által szervezett FORMA 1-nyereményjáték, amelynek keretében napijegyet vagy bérletet nyerhettek azok a szerencsés játékosok, akik helyesen válaszoltak az MT Zrt. Fesztiválok Éve Facebook csoportján, a Forma 1-gyel kapcsolatban feltett kérdésre. A sorsolásra 2010. július 27-én 9 órakor került sor, az MT Zrt. székházában. A sorsolásban azok is részt vettek, akik a Magyar Turizmus Zrt. Kapolcson, a „Művészetek Völgyében” megjelent Fesztiválbuszán játszottak.

A Magyar Turizmus Zrt. számos marketingeszközzel népszerűsítette 2010-ben is a Forma 1 Magyar Nagydíjat annak érdekében, hogy minél több bel- és külföldi utazót csábítson a Hungaroringre, Magyarországra. A Társaság a korábbi évek gyakorlatához hasonlóan 2010-ben is szorosan együttműködött a Hungaroring Sport Zrt.-vel, amelynek keretében idén tizedik alkalommal működtetett információs pontot az MT Zrt. a Forma 1 Magyar Nagydíj ideje alatt. A nemzeti turisztikai marketingszervezet munkatársai a Super Gold tribün alatt lévő irodahelyiségben várták a bel- és külföldi érdeklődőket Magyarország turisztikai kínálatával és a versennyel kapcsolatos információkkal.

✓ 2010 júliusában csatlakozott a 2000. fesztiválrajongó az MT Zrt. Facebook alkalmazásához

2010. július 14-én csatlakozott a 2000. felhasználó a Magyar Turizmus Zrt. *Fesztiválok Éve 2010-es* Facebook csoportjához (www.facebook.com/Fesztivalok-Eve-2010). A 2010. január 19-én elindított rajongói oldal az elmúlt félévben nagymértékben hozzájárult a 2010-es témaév népszerűsítéséhez. A dinamikus rajongószám-növekedés a figyelemfelkeltő fesztiválajánló posztoknak és online vetélkedőknek köszönhető. A rendszeresen meghirdetett nyereményjátékok keretében folyamatosan értékes ajándékokat – Liget Kártya, Hungary Card, fesztiválkellékek – sorsolnak ki az aktív válaszadók között. A *Fesztiválok Éve 2010-es* csoport népszerűségét az is mutatja, hogy megalapítása óta több mint 1.200 hozzászólás érkezett az üzenőfalára.

A Fesztiválok Éve 2010-es csoport mellett az MT Zrt. júniusban indított *Fesztiválnaptár* alkalmazása is egyre kedveltebb a fesztiválozók körében. A Facebook-tagok a <http://apps.facebook.com/fesztiválnaptar/> oldalra kattintva engedélyezhetik az önálló alkalmazást, ahol tematikus naptár segítségével kereshetnek a 2010-es fesztiválok és a kedvezményes szállásajánlatok között. Lehetőség van a rendezvények megjelölésére is, így könnyedén nyomon követhető, kik vesznek részt az egyes fesztiválokon; az eseménymeghívók kiküldésével pedig Facebook-ismerősöknek lehet ajánlani a különböző fesztiválokat.

✓ **EXIT különszám**

A 2009. évhez hasonlóan, a 2010-re meghirdetett Fesztiválok Évének népszerűsítését, kiemelten a fiatalok körében az **év folyamán négy alkalommal** – március-május, június-július, augusztus-szeptember, október-december – megjelenő EXIT különszám segíti. A különszámonként 200 000 példányban megjelenő EXIT magazinnal az EXIT terjesztési pontjain túl azon rendezvényeken is találkozhatnak az érdeklődők, ahol az MT Zrt. információs standdal vesz részt. Az augusztus-szeptemberi időszakra vonatkozó programokat tartalmazó kiadvány 2010. július 29-én jelent meg.

✓ **Mobiltelefonon elérhető fesztiválnaptár**

2010 júliusában aktualizálásra került a több mint 350 fesztivált, rendezvényt tartalmazó, mobiltelefonon elérhető fesztiválnaptár.

✓ **Kiemelt eseménynaptár 2011**

Júliusban elkezdődött a 2011. évi, nemzetközi érdeklődésre számot tartó fesztiválokat, rendezvényeket tartalmazó, angol és német nyelven megjelenő eseménynaptár előkészítése. Az előzetes információkat a 2010. július 27-én kezdődő RDA workshopon publikálta az MT Zrt. Az eseménynaptár 2010 őszére jelenik meg.

✓ **Hirdetések**

A Fesztiválok Évének általános imázshirdetése, illetve az aktuális fesztiválok folyamatosan jelennek meg hirdetésként, így például a Horizon magazinban, az Utazó magazinban stb.

KULTURÁLIS TURIZMUS

✓ **Várák, kastélyok, kastélyszállodák című kiadvány aktualizálása**

A 2009-es Utazás Kiállításra készítette el az MT Zrt. a Magyar Kastélyszállók Egyesületével együttműködésben a várat, kastélyokat és kastélyszállodákat bemutató kiadványt, magyar, német, angol és orosz nyelven. A kiadvány nagy sikert aratott, így szükségessé vált az utánnomása. Első körben, 2010. júliusban a magyar nyelvi mutációt aktualizálta a Társaság, illetve elkezdődött a hirdető akvirálása is. A kiadvány várhatóan 2010 szeptemberére készül el 11 ezer példányban. Az Egyesület és az MT Zrt. ősszel közös sajtótájékoztatót tervez.

✓ **Kulturális Örökség Napjai - előkészítés**

A Magyar Turizmus Zrt. együttműködik a Kulturális Örökség Hivatallal a Kulturális Örökség Napjai (2010. szeptember 18-19.) népszerűsítésében. A promóció előkészítése – melynek elemei: PR cikkek az MT Zrt. felületein, megjelenés a honlapokon, a közösségi oldalakon, kiadványterjesztés a Tourinform irodákban – már júliusban megkezdődött.

✓ **Liszt Év 2011**

A 2011-es Liszt Évfordulóval kapcsolatos nemzeti turisztikai marketingtevékenység tervezése és előkészítése május óta zajlik. Július hónapban egy 'Liszt útja' című kiadvány megjelentetéséről tárgyalt az MT Zrt. A Hungarofest Nonprofit Kft.-vel augusztus végén egyeztet a Zrt. a Liszt Év promóciójával kapcsolatban.

BOR ÉS GASZTRONÓMIAI TURIZMUS

A Magyar Turizmus Zrt. a borturizmus népszerűsítése érdekében szorosán együttműködik az AMC-hez tartozó Közösségi Bormarketing Kft.-vel.

✓ **Borszerda**

A Közösségi Bormarketing Kft. szervezésében június után augusztusban is lesz Borszerda, amelynek szervezéséhez az MT Zrt. is segítséget nyújt, elsősorban az éttermek akvirálásával kapcsolatban. A Zrt. természetesen a promócióban is részt vállal.

✓ **Fröccs-kampány**

Június végén indult el a Fröccs-kampány, amelynek keretében egy Fröccs-busz járja a hazai fesztiválokat. A Fesztiválok Éve tematikájához kiválóan hozzáilleszhető a kampány, amelyet így az MT Zrt. saját felületein is folyamatosan népszerűsít.

✓ **Bortérkép**

Az AMC ősszel tervezi egy – az MT Zrt. korábbi bortérképéhez hasonló – kiadvány elkészítését, amelyhez az MT Zrt. szakmai segítséget nyújt.

✓ **Nemzetközi Bor- és Pezsgőfesztivál kitelepülés - előkészítés**

A Magyar Turizmus Zrt. és a Magyar Szőlő- és Borkultúra Nonprofit Kft. együttműködése értelmében, a Zrt. idén is kitelepül a Nemzetközi Bor- és Pezsgőfesztiválra szeptember 8-12. között, amelynek előkészítése júliusban megkezdődött.

EGÉSZSÉGTURIZMUS

✓ **Gyógy és wellness időszakos üdülési ajánlatokat tartalmazó kiadványok előkészítése**

A Magyar Turizmus Zrt. a 2010-es marketingtervben foglaltak szerint a régiókkal együttműködve, **2010. októberi dátummal** tervezi **két országos belföldi** kiadvány: **egy gyógy**, illetve **egy wellness 2010 téli és 2011 tavaszi** időszakra vonatkozó **üdülési ajánlatokat tartalmazó kiadvány** megjelentetését 50-50.000 példányban. Az egyik kiadvány elsősorban a betegségek és egészségügyi problémák kezelésének céljával utazó belföldi közönségnek, kiemelten a senior korosztálynak készül. A másik kiadvány célcsoportja elsősorban a wellness és az egészséges életmód iránt érdeklődő fiatalabb korosztály, továbbá a középkorúak, valamint az élményfürdőzést kedvelő családok. Mindkét kiadvány célja, hogy a régiókban található szolgáltatók (gyógy- és termálfürdők, gyógy- és wellness szállodák, panziók, termálkempingek, élményfürdők, aquaparkok, day spa-k) gyógyüdülési ajánlataival segítse a tájékozódást, ezáltal a belföldi turizmus élénkítését.

A két kiadvány elkészülését követően, az ország több mint **140 Tourinform irodáján** keresztül, országos terjesztésű **magazinokba** történő **behúzással**, a **Spa & Wellness kiállításon**, a

Nyugdíjas Expon (2010. november 26-28.), az **Életet az Éveknek Klubszövetségen keresztül** az ország 1.200 nyugdíjas klubjában, valamint a Magyar Turizmus Zrt. és régiói által szervezett további akciók keretében kerül terjesztésre. A kiadványok továbbá **elektronikus formátumban** is hozzáférhetők és letölthetők lesznek a Magyar Turizmus Zrt. által üzemeltetett központi (www.itthon.hu), régiós és egészségturisztikai tematikus (www.wellness.itthon.hu) honlapokon, valamint az érdeklődők az egyes üdülési ajánlatokat a www.wellness.itthon.hu weboldal ajánlatkereső alkalmazásában is megtalálhatják majd. A wellness kiadvány továbbá terjesztésre kerül országszerte **130 MOL** üzemanyagtöltő **állomáson is**.

✓ **Egészség egy életen át szűrőprogram**

2010-ben folytatódik a számos megmentett élettel és több százezer elvégzett szűréssel büszkélkedő „Egészség egy életen át” program. Az idén harmadik alkalommal útjára indult átfogó szűrőprogram segít a lakosság egészségi állapotának folyamatos megfigyelésében, beteg és orvos kapcsolatok elősegítésében, valamint az egészségvédelem többdimenziós megismertetésében. Az országot egész évben járó szűrőkamion egyes állomásain, a vizsgálatokon túl, hazánk egészségturisztikai kínálatát ismertető rövidfilmekkel és kiadványokkal is várják az érdeklődőket. A Magyar Turizmus Zrt. és a szervező „egészség egy életen át...” Alapítvány együttműködésének célja, az egészség megőrzéséhez hozzásegítő egészségturisztikai lehetőségek minél szélesebb körben történő népszerűsítése. A szűrőkamion által felkeresett helyszíneken a vizsgálatra érkezők az MT Zrt. egészségturisztikai témájú rövidfilmjeiből, továbbá a Zrt. ősszel megjelenő egészségturisztikai kiadványaiból tájékozódhatnak a magyarországi lehetőségekről, és kaphatnak kedvet egy pihentető, gyógyító utazásra.

✓ **TTRA konferencia**

Új időpontban, 2010. szeptember 1-3. között kerül megrendezésre Budapesten az eredetileg 2010. április 21-23. között tervezett, a turisztikai kutatók szakmai szövetsége, a Travel and Tourism Research Association (**TTRA**) Európai Tagozatának **éves konferenciája "Egészség, wellness és a turizmus – egészséges turisták, egészséges üzlet?"** címmel.

Az izlandi vulkánkitörés következtében április közepén lebénult légiközlekedésre tekintettel le kellett mondani a szervezőknek a konferenciát. A Magyar Turizmus Zrt. közreműködik a konferencia előkészületi munkáiban, és együttműködik a szervezőkkel az esemény sikeres lebonyolítása érdekében. A nemzeti turisztikai marketingszervezet a Best Paper Award névadó együttműködő partnere lesz, amelynek keretében a Társaság az esemény gálavacsoráján átadja a Best Paper Award-ot. A Zrt. továbbá a konferenciacsomagba kiadványokat készít be és előadást tart a résztvevők számára.

✓ **Spa & Wellness Kiállítás**

IX. alkalommal kerül megrendezésre a Spa & Wellness Kiállítás 2010. november 12-14. között, melynek kezdetektől fogva társrendezője, majd szakmai együttműködő partnere a Magyar Turizmus Zrt. A korábbi évek gyakorlatát követve a Magyar Turizmus Zrt. 2010-ben is folytatja a Hungexpo Zrt.-vel való együttműködését, melynek keretében a Hungexpo Zrt. többek között standmegjelenést biztosít az MT Zrt. számára, míg a nemzeti turisztikai marketingszervezet hozzájárul a kiállítás népszerűsítéséhez médiafelületein való megjelentetésével, valamint szakmai segítséget nyújt az esemény ideje alatt megrendezésre kerülő szakmai konferencia programjának összeállításában, szervezésében.

HIVATÁSTURIZMUS

✓ Hivatásturisztikai tanulmányút

A Magyar Kongresszusi Iroda folytatja a belföldi tanulmányút sorozatát, amelynek hetedik állomása Budapest környéke lesz szeptemberben. A program szervezése az MT Zrt. érintett Regionális Marketing Igazgatóságainak bevonásával júliusban megkezdődött.

KERÉKPÁROS TURIZMUS

✓ Kerékpáros turisztikai munkacsoport

2010. július 14-én került sor a kerékpáros turisztikai munkacsoport alakuló ülésére a Nemzetgazdasági Minisztériumban, amelynek munkájában a Magyar Turizmus Zrt. is részt vesz. A 2010-ben elkészült kerékpáros turizmus fejlesztési stratégiához a 2010-2015 közötti időszakra vonatkozó Intézkedési terv is készült, amelynek feladatai a szervezetfejlesztés, finanszírozás, a kínálat fejlesztése, marketingfeladatok, az információtechnológia és a monitoring ellátására irányulnak. Az operatív munkacsoport feladata ezen intézkedési terv megvalósítása.

✓ Országos Kerékpáros térkép

Az MT Zrt. 2010 őszére ismét megjelenti a nagyközönség körében igen népszerű országos kerékpártúra útvonalakat bemutató térképét. A közel **15 000 példányban, magyar nyelven** megjelenő termék alapú térkép megújult formában, 12 db kerékpáros útvonal segítségével mutatja be hazánk turisztikai látnivalóit. Július hónapra a térkép tartalmi kialakítása megtörtént, jelenleg a kiadvány nyomdai előkészítése folyik.

✓ Bringázz a munkába! kampány

Előkészítés alatt van a Magyar Kerékpáros Klubbal a sikeres tavaszi együttműködés folytatásaként az őszi Bringázz a munkába! kampányban való részvétele az MT Zrt-nek.

KEMPINGTURIZMUS

✓ Országos kemping térkép

Több éves múltat tekint vissza a kemping térkép készítése, mely legutóbb 2008 őszén készült el 338 kempinget tartalmazva. Ezt a térképet aktualizált tartalommal, 2010 őszére jelenti meg az MT Zrt. **50.000 példányban**. A háromnyelvű (magyar, angol, német) kiadványt elsősorban külképviseletein keresztül külföldi turisztikai kiállításokon és belföldön a Tourinform irodákon keresztül terjeszti a Társaság. A kemping térkép tartalmi frissítésével együttesen az itthon.hu weboldal Nemzeti Turisztikai Adatbázisában (NETA) szereplő kempingadatbázis is aktualizálásra került. Az adatbázis frissítés és a térkép tartalmi kialakítása megtörtént, jelenleg a kiadvány nyomdai előkészítése folyik.

ÖKOTURIZMUS

✓ Elindult a kutatás a nemzeti parkok látogatói körében

2010. július elején elindult a nemzeti parkokban történő elégedettségi kutatás. Mind a tíz hazai nemzeti parkban megtalálható a Magyar Turizmus Zrt által összeállított és a Vidékfejlesztési Minisztérium által elfogadott kérdőív. A felmérés ősz végéig folytatódik. A kérdőívek kitöltői

részére 52 túra 52 hétvége kiadványt biztosít az MT Zrt., ezzel is ösztönözve a célközönséget hazánk ökoturisztikai kínálatának teljesebb megismerésére.

✓ **52 túra 52 hétvége kiadvány utánnnyomása**

Az idén márciusban aktualizált, túraajánlatokat tartalmazó prospektus 12.000 példányban került kinyomtatásra magyar nyelven, melyet folyamatosan nagy érdeklődés kísér. A nagyszerű 52 túra 52 hétvége című kiadvány 3000 példányban július végén került utánnnyomásra.

✓ **Autómentes Nap**

A Magyar Turizmus Zrt idén is részt vesz az Autómentes Nap budapesti, Andrassy úti rendezvényén, melyre szeptember 18-19-én kerül sor. A kitelepülés előkészületei július végén megkezdődtek. A rendezvényt médiafelületein keresztül népszerűsíti a Társaság. (itthon.hu, fesztivalokeve.hu, M1 programajánló, Info és Klub Rádió)

FALUSI TURIZMUS

✓ **Mesterségek Ünnepe**

A Falusi és Agroturizmus Országos Szövetsége (FATOSZ) részt vesz kiadványokkal és népi mesterségek bemutatójával a 2010. augusztus 19-22. között megrendezésre kerülő Mesterségek Ünnepe rendezvényen, melyen a Magyar Turizmus Zrt kiadványait is ajánlja. Az egyeztetések a két Társaság között júliusban kezdődtek meg.

KORCSOPORTOS, IFJÚSÁGI TURIZMUS

✓ **Cserkésztalálkozó**

Idén hazánkban kerül megrendezésre augusztus 1-11. között a Közép-Európai Cserkésztalálkozó. A rendezvényre több mint tíz országból érkeznek a cserkészcsapatok. A táborban egymás kultúrájával, országaival ismerkedhetnek meg az érdeklődők. A találkozóra a Magyar Turizmus Zrt. idegen nyelvű kiadványokat, plakátokat biztosít, annak érdekében, hogy a különböző nemzetek cserkészei Magyarországról átfogóbb képet kaphassanak. Az előkészítő munkálatokat az MT Zrt. 2010 júliusában kezdte meg. A Danubius Hotel Astoria jóvoltából egy kétszemélyes, kétéjszakai vouchert sorsoltunk a külföldi cserkészek között, a díjátadásra augusztus 8-án került sor.

VENDÉGBARÁT MAGYARORSZÁG

✓ **Virágos Magyarorszáért**



Európai virágosítási és környezetszépítő verseny: elismerés Sopronnak és Lipótnak

2010 júliusában huszadik alkalommal kereste fel az Európai Virágos Városok és Falvak zsűrije Magyarországot. A versenyben idén két Győr-Moson-Sopron megyei település, Sopron város, míg Lipót falu kategóriában indult. A két helység a 2009. évi Virágos Magyarorszáért környezetszépítő versenyben elnyert első helyezéssel vívta ki a jogot Magyarország képviselőjére az európai megmérettetésben.

A versenyben részt vevő 12 európai ország tagjaiból álló bíráló bizottság elnöke, Clive Addison (UK) összefoglalójában kiemelte, hogy mindkét település messzemenően kivívta a zsűri

elismerését. Sopron esetében különösen nagyra értékelték a zöldfelületek, a parkerdők fenntartásának magas színvonalát, a virágok kiültetésének professzionális módját, de a legnagyobb hatást a Fő téren folyó ásatások és a helyreállítási munkálatok tették rájuk. Lipót esetében különösen a település lakóinak összefogását, az öröklött természeti értékeket, különösen a faluba vezető százéves gesztenyesort, továbbá az értékes és különleges növény- és állatfajták megőrzését értékelték. A szakember mindkét település felkészülését kiemelkedőnek minősítette.

Az európai verseny díjkiosztó ünnepségére 2010. szeptember 24-én kerül sor az olaszországi Cerviában. Ekkor derül ki, hogy a benevezett 24 település közül melyek lesznek a legjobbak. Magyarország huszadik éve vesz részt a versenyben, eddig 5 arany-, 15 ezüst-, 10 bronzérmét, valamint 10 Európa-díjat nyert.

BALATONT NÉPSZERŰSÍTŐ MARKETINGAKCIÓK

✓ **Pecsételés fesztiválok a Balatonnál**



A Magyar Turizmus Zrt. Balatoni Regionális Marketing Igazgatósága (RMI) a Fesztiválok Éve keretében – az éves marketingtervében rögzítetteknek megfelelően – meghirdette a kiemelt fesztiválokot érintő, forgalomgeneráló céllal életre hívott **pecsétgyűjtő akcióját**. A májustól-novemberig tartó kampány az RMI előrejelzése szerint akár 3-4 százalékos forgalmonövekedést generálhat egyes nyári rendezvényeken. A pecsétgyűjtő füzetbe 28 rendezvényen

lehet pecsételtetni, ezekből már 2010. júliusig tíz lezajlott, valamint a 120.000 példányban kiadott broszúra kb. egyharmada fogyott már el. A tapasztalatok azt mutatják, hogy az akció elsősorban a visszatérő vendégek körében népszerű: ők elsősorban fővárosiak, illetve a Balaton környéki megyékből érkeznek. Becslések szerint eddig legalább 30 ezer pecsétet osztottak ki a játék keretében. A játékszabály szerint öt pecsétet kell, hogy összegyűjtsön a fesztivállátogató, a betelt füzetért pedig garantált nyeremény jár, illetve a négy sorsoláson balatoni üdülést, wellness hétvégét nyerhet a szerencsés visszaküldő.

Az akciót az M7-es autópálya melletti gigaplakáttal, a Budapesten és a vidéki nagyvárosokban kihelyezett city-light plakátokkal erősítette és kívánja támogatni a II. félévben is a Balatoni RMI. A főszezont megelőző időszakban, valamint a főszezon folyamán a „**Balaton, a fesztiváltenger**” éves szlogenrel fémjelzett promóciós kampány keretén belül számos PR cikk, szerkesztett hirdetés, valamint háttéranyagok összeállításával népszerűsíti az RMI a régió turisztikai kínálatát. A Fesztiválok Évében a nyári kampány fő tartalmi elemeként a fesztiválokra, a kulturális rendezvények sokaságára, valamint az elmaradhatatlan vízparti, családi üdülések bemutatására helyezi a hangsúlyt a Társaság.

✓ **Kalandjárat a Balatonon**

Június-júliusban a régióban forgatott a TV2 **Kalandjárat** c. műsora, amely a balatoni fesztiválokot, sportrendezvényeket és strandokat mutatta be a nézőknek.

✓ **Balaton régiót népszerűsítő buszjárat**

2009-hez hasonlóan 2010-ben is közlekedik transzferbusz a Badacsonyi Céh Turisztikai Egyesület és a régió borászainak együttműködésében a badacsonyi pincékhez naponta két alkalommal. Az **MT Zrt.** balatoni régiót népszerűsítő **turisztikai arculatos képeivel befedett buszjárat** Badacsonyból indul a Szent György-hegyen át Szigligetre, majd visszatér Badacsonyba, és onnan Badacsonytomajon, Káptalantótin át Salföldre, továbbá Ábrahámhegyre érkezik, illetve innen indul vissza Badacsonyba.

✓ **Séta van... Balatonbogláron is!**

A 2010. július 24-25-i hétvégén számtalan rendezvény színesítette a balatoni fesztiváltenger kínálatát. Ezek közül egy, az egészségünket tekintve igen fontos program volt a Balatonbogláron megrendezett "Séta Nap", amelyet a Magyar Turizmus Zrt. Balatoni Regionális Marketing Igazgatósága kiemelten népszerűsített kommunikációja során.

Az egészséges életmódot a középpontba helyező kampány a testmozgás igényére, a helyes járásra és a gyaloglás fontosságára hívja fel a figyelmet megannyi módon és felületen. A kampány céljai között szerepel többek között egy könnyen vállalható életmód-korrektív program megismertetése a lakossággal és lakossági aktivitás generálása.

✓ **Balaton a Class FM nyári hétvégéket felölelő vízparti road showjában**

A Fesztiválok Évében a Magyar Turizmus Zrt. Balatoni Regionális Marketing Igazgatósága (RMI) a nyári kampány fő tartalmi elemeként a fesztiválokra, a kulturális rendezvények sokaságára, valamint az elmaradhatatlan vízparti, nyári örömeik, a családi üdülések bemutatására helyezte a hangsúlyt. Ennek jegyében csatlakozott a Balatoni RMI a Class FM nyári hétvégéket felölelő vízparti road showjához. A kampány keretében a 28-32. hét között balatoni szpotok hangzanak el a speciális hétvégék beharangozójában, illetve a kitelepülésekhez kötődően balatoni molinók kerülnek kihelyezésre, valamint a színpadnál több alkalommal is levetítik a balatoni kisfilmet.

A Class FM Strandparty július 24-én, Balatonlellén került megrendezésre.

✓ **A Balaton régió Debrecenben vendégeskedett**

A Balaton régió turisztikai kínálata 2010 júliusában a Magyar Turizmus Zrt. Balatoni Regionális Marketing Igazgatóságának (RMI) képviseletében mutatkozott be a debreceni Tourinform iroda által szervezett "TTT", azaz Tourinformos Tippek Turistáknak" akció keretében Debrecenben. A megjelenés egy hónapja alatt az RMI igyekezett ízelítőt adni mindabból, ami a Balatont, a balatoni nyarat jelenti, így ingyenes kiadványokkal, programajánlókkel, hetente változó tematikus nyereményjátékkal és értékes nyereményekkel invitálta a debrecenieket, hogy nyaralásukat idén (is) a Balaton mellé tervezzék.

Az akció tapasztalatai és a Tourinform iroda értékelése alapján elmondható, hogy a Balaton iránt minden évben nagy az érdeklődés az irodában, hiszen a „magyar tenger” kedvelt úti célja a debrecenieknek. A Balaton régió júliusi bemutatkozása iránt nagy volt az érdeklődés: voltak akik a sajtóból értesültek a megjelenésről, és így célirányosan keresték az ajánlatokat, míg mások spontán találkoztak a programmal, de örömmel vitték a kiadványokat. Sokan töltöttek ki totót, többen a nyereményjáték miatt tértek vissza a Tourinform irodába. A programot borkóstoló is színesítette. A régiós bemutatkozás sikerrel zárult, és a szervezők reményei szerint az érdeklődők közül többen fognak ténylegesen is ellátogatni Debrecenből a Balatonra.

BUDAPEST-KÖZÉP-DUNAVIDÉK TURISZTIKAI RÉGIÓT NÉPSZERŰSÍTŐ AKCIÓK

✓ Egészen augusztus végéig tart a „Szimplán egy duplát” akció

Június 15-én elindult a Magyar Turizmus Zrt. Budapest-Közép-Dunavidéki Regionális Marketing Igazgatóságának (RMI) belföldi forgalomélénkítő kampánya, a Budapesti Nyári Fesztiválhoz kapcsolódó „Szimplán egy duplát” akció. A magyar főváros szabadtéri kulturális eseményeit összefogó Budapesti Nyári Fesztivál több mint 100 programmal várja az érdeklődőket, a legkülönlegesebb nyári szabadtéri helyszíneken, melynek promócióját a BTH Budapesti Turisztikai Nonprofit Kft. koordinálja. Az RMI akciójának keretében 47 budapesti szálláshely kínálja kétágyas szobáit egyágyas áron a Fesztivál bármely rendezvényére szóló jegyét felmutató vendégeknek. A kampányhoz csatlakozott szálláshelyek listáját az RMI honlapján, a www.budapest-regio.hu weboldalon találhatják meg az érdeklődők, ahol a Budapesti Nyári Fesztivál 5 különböző helyszínéről és programkínálatáról is olvashatnak. A honlapot az akció kezdete óta eddig közel 6500 látogató kereste fel, így a kampány hatására jelentős növekedés várható az akcióban részt vevő szálláshelyeken a nyári időszakban regisztrált vendégéjszakák számának tekintetében.

A „Szimplán egy duplát” akció egészen augusztus végéig tart, így a vidékről érkező, szórakozni vágyó vendégeknek még van lehetőségük arra, hogy a Budapesti Nyári Fesztivál július végi-augusztusi előadásai után kedvezményesen szálljanak meg a fővárosban.

KÜLFÖLD

Szlogen: „A love for life”

A nemzetközi piacokon végzett aktív marketingmunka a Társaság 19 országban működő külképviseletein zajlik.

A Magyar Turizmus Zrt. 2007-ben új külpiazi stratégiát dolgozott ki. Ennek mentén – valamint a márkastratégiának megfelelő, 2008-ban bevezetett turisztikai arculat felhasználásával – végezte tevékenységét 2009-ben és végzi 2010-ben is. A **külpiazi marketingkommunikáció egységes – a Magyarország márkát képviselő – elemei mellett** a marketingeszközökön megjelentek az **egyedi, küldőpiac-specifikus jegyek** is.

BALATONT NÉPSZERŰSÍTŐ MARKETINGAKCIÓK

A Magyar Turizmus Zrt. mind a belföldi, mind a külföldi marketingkommunikációjában kiemelt termékként kezeli a Balatont. Az MT Zrt. 2010-ben is több száz akciót szervez a Balaton népszerűsítésére. A marketingszervezet kiemelt célja, hogy a vízparti üdülési lehetőségek mellett ráirányítsa a figyelmet a Balaton régió által kínált számos egyéb – kulturális, egészség és aktív – turisztikai lehetőségre. A Balaton régió saját honlapján, a www.gyereabalatonra.hu oldalon – amely magyarul, angolul és németül, valamint további öt nyelven (oroszul, csehül, lengyelül, románul és szlovákul) is elérhető – általános és a turisztikai kínálatról szóló információkat, utazási ajánlatokat, szálláskeresőt, térképet, programajánlót és egyéb érdekességeket találnak akár a belföldi, akár a külföldi utazók.

✓ Plakátkampány Bécsben

A főszezon elejére időzítve Bécs legnépszerűbb és legforgalmasabb helyein **150 db city light plakáthirdetés** a Balatont és a **balatoni rendezvényeket** ajánlotta az idei nyaralás helyszínéként. A plakátkampány üzenete: Magyarország oly közel, s a Balatonnál egyszerre nagyon sok élmény elérhető, ráadásul igen kedvezően. E hirdetések további információforrásként az MT Zrt. által külön az osztrák piacra **speciálisan kifejlesztett microsite-ra** invitálták az érdeklődőket, ahol programajánlók, érdekességek és konkrét kedvezményes szállásajánlatok is találhatóak egyéb hasznos tudnivalók mellett.

✓ Balaton-kampány Ausztriában

A nyári főszezon kellős közepére időzítve jelent meg Ausztria legnépszerűbb napilapjának, a 3,2 milliós (!) olvasótáborral rendelkező **Kronen Zeitung** hétvégi számának utazási mellékletében látható terjedelmes **Balaton-összeállítás**. Az informatív, **négyoldalas**, fotókkal rendkívül gazdagon illusztrált, történetekkel és osztrák vonatkozásokkal, valamint lírai leírásokkal bőségesen ellátott, a nyári utazáshoz **ellenállhatatlan kedvet ébresztő** Balaton-cikk az MT Zrt. sajtóútja alapján készült. A cikk hírértéke 120 ezer euró (33 millió forint!), s a **hatékonyságát jól mutatja**, hogy a partneri összefogásnak köszönhetően a tanulmányút nem egészen ezer euróból került lebonyolításra.

✓ Balaton kerékpárral: beszámoló a német Die Zeit weboldalán

A Magyar Turizmus Zrt. németországi képviselője összefogásban a Zrt. Balatoni Regionális Marketing Igazgatóságával, az ADAC német autókлуб tavalyi ajánlásai alapján folyamatosan dolgozik a Balaton újrapozícionálásán Németországban. E hosszú távú projekt keretén belül, az

2010-ben jelentős számú TV társaság és újság képviselője járt a Balatonon, Európa legnagyobb tavának új arcát, kibővült, egyedi turisztikai kínálatát megismerve. Ennek részeként egy 10 fős, kerékpáros turizmussal foglalkozó csoport kapott meghívást, a program során a vendégek személyesen is kipróbálhatták a tó környéki aktív kikapcsolódási lehetőségeket, illetve látogatást tettek a régióban egyedülálló Balaton Bike Fest rendezvényen is. A bejárás alapján készült el az egyik legjelentősebb német újság, a Die Zeit háromoldalas beszámolója, amely a nem éppen ideális idő ellenére is teljesen pozitív hangvétellel számolt be a túráról, ami a lap alapvető kritikus hangvétele miatt nagy elismerés a túra szervezőinek és lebonyolítóinak. A kerékpáros lehetőségek mellett az újságíró saját tapasztalatai alapján kiemelték a magyar gyógykezelések jó minőségét és kiemelkedő ár érték arányát, valamint foglalkozik a „Balaton” és „Plattensee” kifejezések mögötti különböző asszociációkkal is.

HIVATÁSTURIZMUS

Központi kiemelt akciók

✓ **Konferencia Nagyköveti Program**

A Magyar Turizmus Zrt. 2004-ben indította el **Konferencia Nagyköveti Programját**, amelynek legfőbb célja a nemzetközi beutazó hivatásturizmus ösztönzése és növelése. A program keretében a nemzeti turisztikai marketingszervezet hazai szakmai szövetségekkel, illetve szervezetekkel működik együtt annak érdekében, hogy az adott nemzetközi szövetség éves ülését vagy konferenciáját Magyarországon rendezze meg. A Konferencia Nagyköveti Program 2010-ben is folytatódik. 2010 júliusában 1 pályázat érkezett a Magyar Paraolimpiai Bizottságtól, amely pozitív elbírálásban részesült, a bíráló bizottság 520.000 Ft támogatást ítelt meg. A szerződéskötés azóta megtörtént.

A 2004 óta beérkezett 74 nyertes pályázatra eddig összesen több mint 72 millió forintnyi támogatás került megítélésre.

A program hatékonyságának növelése érdekében átdolgozásra került a Konferencia Nagyköveti Program SZMSZ-e, ennek megfelelően a Bíráló Bizottsági tagok köre is módosul, az eddig 11-ről 5 tagra. A Bíráló Bizottság új összetétele:

- Magyar Rendezvényszervezők Szövetségének mindenkori elnöke
- Magyar Szállodaszövetség elnöke / képviselője
- Vidéki konferenciavárosok képviselője
- Egy független szakértő
- Magyar Kongresszusi Iroda vezetője

✓ **Ajánlatkérések**

2010 júliusában a Magyar Kongresszusi Irodához **2 ajánlatkérés** érkezett be és került megválaszolásra.

✓ **Megjelent a Meeting Planners' Guide to Hungary frissített kiadása**

2010 júliusában megjelent a Magyar Kongresszusi Iroda új, frissített hivatásturisztikai katalógusa. Az angol nyelvű kiadvány több mint 80 oldalon mutatja be Magyarország hivatásturisztikai kínálatát: a budapesti és vidéki konferenciaszállodákat, rendezvényhelyszíneket és a szervező irodákat. Külön fejezet foglalkozik az incentive programokkal. Az 5.000 példányban megjelent kiadvány a legjelentősebb szakmai kiállításokon, a Magyar Turizmus Zrt. külképviseleti hálózatán,

valamint a Magyar Kongresszusi Irodán keresztül kerül terjesztésre. A katalógus letölthető a Magyar Kongresszusi Iroda honlapjáról (www.hcb.hu). A nemzetközi igényeknek megfelelően a kiadvány multimédiás CD-ROM változatban is elkészült, 2.500 példányban augusztus hónapban kerül sokszorosításra.

✓ **Statisztika**

Lezajlott a 2010 II. negyedéves statisztikai adatok gyűjtése és feldolgozása, továbbá megkezdődött az első féléves részletes statisztikai elemzés elkészítése, amely augusztus hónapban készül el.

Külképviseltek akciói

✓ **A hazai konferencia-üzletág népszerűsítése Ausztriában**

A Magyar Turizmus Zrt. ausztriai külképviseletének közreműködésével idén másodszor nyílt lehetőség arra, hogy tagsággal nem rendelkező hazai turisztikai szolgáltatók is részt vegyenek Ausztria professzionális, piacvezető hivatásturisztikai közvetítő- és rendezvényszervező irodájának (www.RTK.at) szakmai rendezvényén. A patinás **Grand Casino Badenben** július 15-én megrendezett fórumot több mint 200 szakmai érdeklődő kereste fel, akik közel 30 kiállító ajánlataiból válogathattak. A rendezvényen Magyarország az osztrák kiállítók között unikumnak számított, amely igen felértékelte az MT Zrt. ausztriai képviseletének és társkiállítóinak helyzetét. A **konferencia-turizmus terén Magyarország jelentős potenciállal rendelkezik**, amely kiaknázására az osztrák piacon komoly lehetőségek vannak. Ennek érdekében az MT Zrt. rendszeresen vesz részt szakmai fórumokon Ausztriában, s népszerűsíti a magyar kínálatot. Az euró erős magyarországi vásárlóértékéből származó **komparatív előny** a badeni workshopon is több üzleti beszélgetés során felmerült. Az MT Zrt. e vásáron is információs kiadványokkal folytatta „Vergroßertes Urlaubsbudget” (Pénze nálunk duplán számít) kampányát, illetve a Társaság standján minden érdeklődő figyelmét felhívták az Ausztriában futó Balaton-kampányra.

✓ **Hivatásturisztikai riport Budapestről a francia Voyages & Stratégie-ben**

„Budapest la Belle se réveille” (Budapest az ébredező Szépség) címmel 12 oldalon mutatta be Budapest turisztikai kínálatát olvasóinak a Voyages & Stratégie francia hivatásturisztikai folyóirat 2010 júliusában megjelent száma. Az újságíró a Magyar Turizmus Zrt. és a Malév meghívására áprilisban járt Budapesten, és ismerkedett a „megújuló fővárosi kínálattal”, a szállodákkal, rendezvényhelyszínekkel, programokkal, valamint találkozott a francia piacra specializálódott DMC-k (Destination Management Companies/desztinációs menedzsment szervezetek) képviselőivel. A Voyages & Stratégie-t kéthavonta 15.000 példányban terjeszti a kiadó.

EGÉSZSÉGTURIZMUS

✓ **Jó irányba halad az MT Zrt. egészségturisztikai marketingje Németországban is**

A Magyar Turizmus Zrt. németországi külképviselete évek óta tudatos egészségturisztikai marketingmunkát folytat. Az utóbbi időben azonban az egészségbiztosítók meggyőzése helyett, inkább a nagyközönség „megdolgozására” került a hangsúly. Többek között kiemelt szerepet kapott a fogászati turizmus bemutatása is egy tanulmányút keretében, amely a mai napig is rendkívül sok német média-megjelenést generál. A marketingstratégia jó irányát mutatja, hogy Németország legolvasottabb napilapja a Bild rövid hírben számolt be Magyarországi egészségturizmusban betöltött előkelő helyezéséről Európa más országaival szemben. A vizsgált dél-német területről a külföldi kezeléseket igénybe vevők 32%-a választja Magyarországot, míg a

ranglista második helyezettjét, Olaszországot „csak” 23%-an jelölték meg. A TK egészségbiztosító felmérése alapján a gyógyulni vágyók, a kezelések mellett és után, turisztikai motivációval az országban maradnak. A német képviselőt vásárain, megjelenéseiben és sajtótájékoztatóiban folyamatosan felhívja a német média és nagyközönség figyelmét a jó ár-érték arányos hazai egészségügyi szolgáltatásokra. A kampány ősszel egy gyógyturisztikai road-show-val folytatódik.

AZ MT ZRT. KÜLKÉPVISELETEINEK TOVÁBBI MARKETINGAKCIÓI

Ausztria

✓ Egyre népszerűbb Magyarország az osztrák turisták körében

Kovács Balázs, a Magyar Turizmus Zrt. osztrák piacért felelős képviselője, Bécs leghallgatottabb kereskedelmi rádiójának adott terjedelmes interjújában közeli és rendkívül kedvező ár-érték arányú úti célként ajánlotta Magyarországot az osztrákok figyelmébe. A Radio Arabella (www.arabella.at) július 23-i turisztikai és programajánló műsorában hazánk mint az osztrákok egyik legkedveltebb nyaralóhelye került bemutatásra, s a nyári ajánlatok közül a Balaton, a wellness szolgáltatások és Európa egyik Kulturális Fővárosa, Pécs a legnépszerűbbek. Az adásban elhangzott, hogy a Forma 1-es Magyar Nagydíj a közelsége miatt az osztrákok „házi autóversenyének” számít. Az egész Ausztriában fogható közkezdelt rádiócsatorna turistacsalogató Magyarország-összeállítását, ismétlésekkel együtt közel 900 ezer hallgató követhette nyomon.

Kína

✓ Ismét „becsengettek” MT Zrt. pekingi idegenvezető „iskolájában”

2010 júliusában újra „becsengettek” az MT Zrt. pekingi idegenvezető „iskolájában”, amelynek keretében egyrészt a májusban hazánkban járt hivatásturisztikai szakemberek kaptak részletes, a szakterületük igényeit is szem előtt tartó ismertetőt Magyarországról, másrészt öt további pekingi iroda munkatársai kaptak hasonló felkészítést hazánk legújabb attrakcióiról, látnivalóiról, gyakorlati tudnivalóiról. Az akció végén mind a magyar ADS irodák, mind pedig az MT Zrt. által életre hívott Kína Klub tagjai megkapták a programban részt vevő kínai irodák elérhetőségének adatait. Az MT Zrt. ezzel is hozzá kíván járulni a két ország szolgáltatói közötti kapcsolatfelvételhez és együttműködéshez.

Németország

✓ Magyar díszvendégség Regensburgban

A Regensburgi Gazdasági Kamara évente megrendezésre kerülő nyárköszöntő ünnepségének díszvendége 2010-ben Magyarország volt. A júliusi rendezvényre a kelet bajorországi ipar, kereskedelem és politika neves képviselői látogattak el, akik a köszöntő beszédek után nagy érdeklődéssel forgatták az MT Zrt. és a Német-Magyar Ipari és Kereskedelmi Kamara különféle információs anyagait. A rendezvényt követően Magyarországról, valamint a magyar gazdaság helyzetéről a regensburgi székhelyű Mittelbayrische Zeitung is beszámolt egy 4 hasábos cikkben. A napilap Magyarországot Bajorország egyik legfontosabb gazdasági partnereként említi, kiemelve, hogy a kelet bajorországi befektetők számára hazánk továbbra is kiváló lehetőségeket kínál.

Regensburg, amely Budavárral 2005 óta szoros partnervárosi kapcsolatot ápol, évek óta rendszeres bemutatkozási lehetőséget biztosít hazánkunknak. Így idén ősszel is, amikor Magyarország

a szeptember 16. és november 6. között megrendezésre kerülő Donumenta Fesztivál díszvendége lesz, így a Duna menti német város lakói a kortárs magyar művészettel is megismerkedhetnek. Az MT Zrt. természetesen ezen a rendezvénysorozaton is részt vesz majd kiadványaival.

✓ **Közös és sikeres megjelenés Hamburgban**

Jelentős sportdiplomáciai eredmény, hogy Budapest rendezi meg a 2010. szeptemberi triatlon világbajnokság záró rendezvényét, a sorozat legfontosabb és végső döntőjét, amely az elkövetkező években a rendező városok hatalmas konkurenciája miatt nem is jön újra Európába. A rendezvény népszerűségét mi sem jelzi jobban, minthogy a hamburgi eseményt a helyszínen 300.000 vendég drukkolta végig júliusban, fantasztikus hangulatot varázsolva a város központjába. Az amatőr mezőnyben a hétvégi két nap alatt mintegy 10.000 versenyző, míg a profik közt 130 versenyző győzte le futva, úszva és kerékpározva a sok-sok kilométeres távot, amely a város legszebb pontjain vezetett végig.

A budapesti szervezők és a Magyar Turizmus Zrt. németországi képvisellete közösen állított ki a helyszínen. A jó sportszakmai kapcsolatoknak köszönhetően, a magyar versenyt és a turizmust képviselő munkatársak a versenyzői depóban jelenhettek meg, ahol a jó elhelyezkedésnek köszönhetően minden érdeklődő versenyző, személyre szabott információs csomagot kapott a budapesti versennyel és egyéb hasznos tudnivalókkal kapcsolatban is. A fokozott érdeklődést bizonyítja, hogy több, a hamburgi eredmény alapján versenyzési lehetőséget kapott német sportkör itt határozta el, hogy részt vesz a magyar rendezvény futamain. Bár Németország profi versenyei rendkívüli konkurenciát jelentenek a budapesti VB-nek, ezzel együtt mára már több száz versenyző mondott igent a szervezők meghívására. A versenyt, amely Budapest főbb nevezetességeit érintve zajlik, több nemzetközi TV társaság is közvetíti majd.

✓ **Kiállítás és sajtótájékoztató Kölnben - RDA**

2010. július 27-29. között zajlott Németország legfontosabb „buszos” szakvására, az RDA. Az eseményen a Magyar Turizmus Zrt. 80 négyzetméteren, 13 társkiállító segítségével mutatta be a 2010/2011-es magyarországi turisztikai újdonságokat. A kiállítók óvatossággal optimizmussal nyilatkoztak az első két nap eredményeiről. A szép számban megjelent német partnerek is lassú javulásról beszélnek Magyarország esetében, amely pozitív tendenciát tovább segíthetik a megjelent szolgáltatók folyamatos innovatív fejlesztései, ötletei.

A partnerség jegyében, összefogásban a MUISZ elnökségével és tagságával, mintegy 30 újságírónak mutatta be a hazai újdonságokat a Magyar Turizmus Zrt. németországi képvisellete. Sztojanovits Kristóf, az MT Zrt. németországi igazgatója a szállodai fejlesztések mellett a vidéken tapasztalható tudatos termékfejlesztés eredményeire hívta fel a hallgatóság figyelmét. Drégely Ágnes MUISZ alelnök a Szövetség legújabb, német buszos beutaztatókat célzó akcióját ismertette, illetve bemutatta a tagok megújult és attraktív kínálatát is.

✓ **Újabb német kerékpáros szakújságírók a Balatonnál**

A kerékpáros turizmus németországi népszerűségének kiaknázása érdekében, az MT Zrt. július elején újabb német kerékpáros újságírókat látott vendégül. Ezúttal Németország egyik legnépszerűbb kerékpáros magazinja, az évente 6 alkalommal megjelenő RADtouren tudósítója és fotósa látogatott hazánkba. A két hölgy – Marion Rodewald és Danielle Moritzot – 5 nap alatt a Balatoni Bringa Körutat járta végig, hogy megismerkedjen a magyar tenger változatos turisztikai kínálatával. A 6-8 oldalasra tervezett cikk a 30.000 példányban kiadott újság őszi számában jelenik majd meg. A szakmagazin egyébként a kerékpáros nyaralás szerelmeseinek egyik legfontosabb

kiadványa, amely olvasóit hasznos tippekkel látja el nemcsak a kerékpárok, hanem a lehetséges kerékpáros üdülési úti célok tekintetében is.

Olaszország

✓ Budapest az egyik legnépszerűbb Web 2.0 olasz utazási oldalon

A Magyar Turizmus Zrt. olaszországi külképviseletének közreműködésével Olaszországban az egyik legnépszerűbb Web 2.0 honlap, a www.turistipercaso.it portál és a Weekend Viaggi utazási magazin olvasói budapesti utazást nyerhetnek. Az érdeklődőknek egy-egy útleírást vagy műemlék ismertetését kell elküldeniük 2010. októberig, amelyet a honlapon megtalálható modul segítségével tehetnek meg. A játékban résztvevők minden egyes beszámolóért pontokat kapnak, és azok között, akik a legtöbb pontot gyűjtik össze október végéig, egy budapesti utazást sorsolnak ki. Az akció keretében a Weekend Viaggi magazin részletesen is ismerteti a magyar főváros turisztikai kínálatát.

✓ Romantikus budapesti hétvégét is ajándékozhatnak az olasz utazók egymásnak

Olaszországban egyre inkább divattá válik utazást ajándékozni különleges alkalmakra. Az ajándékozó választhat a különböző tematikus ajánlatok közül, míg az ajándékozott egy exkluzív kivitelezésű ajándékdobozt, ún. giftboxot kap. A különleges doboz különböző desztinációkba szóló utazások leírásait tartalmazza, amelyek közül az ajándékozott választhat. Ezek az ajánlatok egy hétvégére szólnak 2 fő részére és 12 hónapon belül felhasználhatók.

Az egyik piacvezető tour operátor (Boscolo Viaggi) a Magyar Turizmus Zrt. olaszországi külképviseletének közreműködésével az igen népszerű, romantikus hétvége témájú ajándékdoboz kínálatában Budapestet is szerepelteti. A budapesti ajánlat egyik különlegessége, hogy fürdőzési lehetőséget is tartalmaz a szecessziós Gellért fürdőben.

✓ Az Il Giornale olasz napilap olvasói Budapestre utaznak

Az Il Giornale olasz napilap szerkesztőségének és a Magyar Turizmus Zrt. olaszországi külképviseletének együttműködésében a lap olvasói egy kelet-európai körutazás keretében Budapesttel és a Pusztával is megismerkedhettek. Az olvasóknak szervezett utazás különlegessége, hogy egy budapesti vacsora során személyesen találkozhattak a napilap újságíróival, közismert véleményformálókkal, és kerekasztal-beszélgetést folytathatnak egymással az aktuális, globális témákról. Az olvasók kifejezett kérésére a szerkesztőség folytatta azt a sorozatot, amelynek keretében Berlin, Mauritius és mediterrán-tengeri hajós körutazás után Magyarországra is ellátogatnak az olvasók. Az előfizetőknek kiküldött meghíváson kívül a napilapban megjelenő cikkben is felhívták az olvasók figyelmét az utazásra és a részvételi lehetőségre. A cikk előzetesen ismertette a Magyarországon meglátogatandó helyeket: Budapestet és a Hortobágyot.

Svédország

✓ Budapestet népszerűsíti az egyik legnagyobb svéd utazási iroda

Az egyik legnagyobb svéd utazási iroda, a Ticket (www.ticket.se) 2010-ben Budapestet választotta elsődleges városlátogatási úti célnak. Ennek jegyében egész évben a magyar fővárost népszerűsíti kommunikációs csatornáin, többek között egy Budapest varázsát, újdonságait bemutató filmmel, mely a hírlevelükben és a honlapjukra feltöltve jelenik meg. A filmet készítő kétfős stáb májusban a Magyar Turizmus Zrt. közreműködésében járt Budapesten. A közel 10 perces összeállítás 2010

júliusában jelent meg a TICKET honlapján, ahol a magyar főváros olyan városok mellett szerepel, mint London, Párizs, Madrid, Bangkok.

Szlovákia

✓ Forgalomélénkítő kampány

A Magyar Turizmus Zrt. Szlovákiában folytatott intenzív nyári forgalomélénkítő akciójának keretében június-júliusban GoogleAdwords kampány segítségével irányították az érdeklődők figyelmét a Társaság szlovákiai honlapjára, a madarsko.sk portálra. Az oldalon a turisztikai információk mellett konkrét ajánlatok is találhatóak a Balaton és az Alföld régiókkal való együttműködés és a közös kampányok eredményeként.

Az akciósorozat részeként továbbá három szakmai lap is bemutatta Magyarországot az MT Zrt. közreműködésében. A Cestovatel 17.000 példányban megjelenő utazási havilap júliusi száma 12 oldalon át kiemelten foglalkozott hazánk turisztikai kínálatával Budapest, Balaton, wellness, aktív turizmus, kultúra, valamint bor és gasztronómia témákban, melyek a szlovák turisták legkedveltebb termékei is egyúttal. A megjelenéshez számos szolgáltató is csatlakozott. A Voyage kéthavonta megjelenő igényes turisztikai és életmód magazin július-augusztusi száma (20.000 példány) Magyarország két nagytavát, a Balatont és a Tisza-tavat mutatta be, a Geo Széna magazin 20.000 példányszámú, májustól októberig kapható nyári különszámának pedig a Hortobágy és a puszta a témája.

A forgalomélénkítő kampány keretében július közepén 1 héten át minden nap 2 perces beszélgetésre a Viva Rádió vendége volt Godár Ivett, a MT Zrt. szlovákiai külképviseelője. A beszélgetésekhez nyereményjáték és naponta többször sugárzott spot is kapcsolódott, melyek a magyarországi turisztikai kínálatról szóló interjúkra hívták fel a figyelmet.

KIÁLLÍTÁSOK, VÁSÁROK, RENDEZVÉNYEK

BELFÖLD

2010. júliusban belföldön **nem jelent** meg a Zrt **turisztikai kiállításon** és vásáron.

KÜLFÖLD

A Magyar Turizmus Zrt. 2010 júliusában **1 külföldi kiállításon** vett részt. (Köln, RDA)

SZAKMAI KAPCSOLATOK

A válság hatásainak ellensúlyozásában fontos szerep jut a **széles körű együttműködésnek** a Magyar Turizmus Zrt. hazai és nemzetközi partnereivel, ezért a Zrt. még szorosabbra fűzi kapcsolatait a **turisztikai szakmával és stratégiai partnereivel** is.

✓ Turizmusdiplomáciai siker Berlinben

Évek óta jól bevált hagyomány, hogy a német parlament turisztikai bizottsága rövid látogatást tesz az ITB kiállítás alatt a magyar standon. Azonban arra igen régóta nem volt példa, hogy egyéb időpontban is turisztikai bizottság delegációja járjon a magyar Nagykövetségen. Dr. Peisch Sándor nagykövet és Sztojanovits Kristóf, a Magyar Turizmus Zrt. németországi igazgatójának meghívására júliusban rendkívül hasznos megbeszélésre került sor a Bundestag közvetlen közelében található „magyar” épületben, amelyen 10 fős német parlamenti képviselőkből álló küldöttség vett részt. A tárgyalás első felében a nagykövet úr tájékoztatást adott a választások utáni megújult politikai és gazdasági helyzetről, illetve röviden beszélt a német-magyar kiváló turisztikai örökségről is. A bizottság nevében Brehmig elnök úr az utóbbi időben kialakult nagyon jó szakmai együttműködést méltatta, továbbá kezdeményezte, hogy a jövőben rendszeresítsék az egyeztetésnek ezt a formáját. A hozzászólások során minden német politikai párt képviselője biztosította a magyar felet arról, hogy rendkívül fontos lenne a még szorosabb együttműködés a turizmuson belül is, amely törekvésre konkrét, megvalósítható projektjavaslatok is születtek, példaként említhető a német ifjúsági turizmuson belül Magyarország újrapozicionálása. A tárgyalás végén az MT. Zrt. németországi külképviselet-vezetője adott tájékoztatást a jövő évi német vonatkozású turizmusmarketing elképzelésekről és célokról, amelyekhez a megjelent parlamenti képviselők a támogatásukról biztosították a magyar tárgyalókat.

SAJTÓKAPCSOLATOK

BELFÖLD

A Magyar Turizmus Zrt. 2010 júliusában **56 hírt, illetve 6 sajtóközleményt, illetve tájékoztatót adott ki.** A közlemények által generált hírérték több száz millió forintot tesz ki.

A sajtóval való még hatékonyabb kommunikációt szolgálja a Zrt. internetes honlapjának **sajtószobája** is. Innen elérhetőek a cég aktuális hírei, sajtóközleményei, a marketingakciókról, valamint eseményekről szóló információk és az újságírók számára hasznos háttéranyagok.

Az **éves média-együttműködések** keretében megjelenő PR cikkekkel, és az országos terjesztésű lapokba befűzött (Magyar Nemzet, Világgazdaság, Népszava, Vasárnapi Hírek, Hölgyvilág, Fanny és RTV részletes) „Itthon otthon van” turisztikai melléklettel is a Fesztiválok Évére koncentrált az MT Zrt. 2010-ben. A belföldi kampányokat az MT Zrt. PR megjelenésekkel is népszerűsíti.

A Fesztiválok Évét, illetve a régiók kiemelt eseményeit, helyszíneit, kihagyhatatlan ajánlatait bemutató cikkek, rádió szpotok, online hirdetések jelentek meg.

Mint ismeretes, a Fesztiválok Évében ismét megújult formában jelentkezik az MT Zrt. turisztikai programajánlója. A műsor – amellyel az MT Zrt. belföldi utazásra kívánja ösztönözni a hazai lakosságot – az **MTV1-es csatornán, a Ma Reggel c. műsor keretében**, az Időjárás-jelentést követően látható minden nap.

A magyar turisztikai szakmában tevékenykedő külföldiek tájékoztatását célozza a 2005-ben útjára indított angol nyelvű szakmai turisztikai hírlevél a **Hungarian Travel and Tourism Headlines**, amelyhez – stratégiai együttműködés keretében – a Zrt. folyamatosan továbbítja híreit.

A Magyar Turizmus Zrt. szorosan együttműködik a **FUNZINE Magazin**nal annak érdekében, hogy minél több külföldi utazót csábítson hazánkba, és az érdeklődőket első kézből tájékoztassák a magyarországi program- és szolgáltatási kínálatról. A FUNZINE-hoz az MT Zrt. külképviseletein, 16 országban, a Malév Zrt. külföldi értékesítési irodáiban, 34 országban, illetve az Orange Ways buszjáratain – amely 8 európai országba szállít utasokat – is hozzáférhetnek az érdeklődők. A Magazin segíti a hazánkba érkező turisták, illetve a Magyarországon tanuló/élő külföldi állampolgárok célzott programkeresését.

Az MT Zrt. a **belföldi újságírók részére tanulmányutat** szervezett 2010. július 26-27-én, amelynek keretében a dél-dunántúli turisztikai régió egészségturisztikai és szállodai nagyberuházásait ismerhették meg a résztvevők, továbbá a pécsi turisztikai nagyberuházások megtekintése mellett, a Thermal Hotel Harkány**** gyógyzálló és konferenciaközpont ünnepélyes megnyitásán is részt vettek a média képviselői.

KÜLFÖLDI MÉDIA ÉS SZAKMAI TANULMÁNYUTAK

2010. júliusban **20 külföldi tanulmányút** keretében **17 fő újságírót, 32 főt forgatócsoport** képviseletében, **19 fő turisztikai szakembert és utazási szakembert** fogadott a Magyar Turizmus Zrt. **mindösszesen 68 fő érkezett Magyarországra a Zrt. vendégeként.** A tanulmányutak nyomán megjelent cikkek és tudósítások hírértéke júliusban 89 millió forint.

KIADVÁNYOK

2010. júliusban összesen **501.000 db** (belföldön 463.000 db, külföldön, pedig 37.500 db) promóciós eszközt (kiadványok, plakátok, szórólap stb.) terjesztett a Magyar Turizmus Zrt.

A kiadványok többségének pdf és/vagy html (E-book) formátumai megtalálhatóak a Magyar Turizmus Zrt. központi vagy tematikus honlapjain is.

Fesztiválok Éve tematikus kiadványok

- ✓ **Megjelent az EXIT augusztus-szeptemberi Fesztiválok Éve tematikus különszáma**



2010. július 29-én megjelent az EXIT Fesztiválok Éve tematikus különszáma, amely az augusztus-szeptemberi időszakra vonatkozóan tartalmaz programajánlót az ország valamennyi turisztikai régiójában. A Magyar Turizmus Zrt. által 2010-re meghirdetett Fesztiválok Évének fontos eszköze az év folyamán négy alkalommal (március-május, június-július, augusztus-szeptember és október-december) megjelenő EXIT

különszám. A különszámonként 200 ezer példányban megjelenő magazinnal a közönség az EXIT lelőhelyek mellett azon fesztiválokon, rendezvényeken is találkozhat, amelyeken a Magyar Turizmus Zrt. információs standdal vesz részt.

✓ **Megjelent a Meeting Planners' Guide to Hungary frissített kiadása**

2010 júliusában megjelent a Magyar Turizmus Zrt. Magyar Kongresszusi Irodájának (MKI) új, frissített hivatásturisztikai katalógusa, a Meeting Planners' Guide to Hungary. Az angol nyelvű kiadvány több mint 80 oldalon mutatja be Magyarország hivatásturisztikai kínálatát: a budapesti és vidéki konferenciaszállodákat, rendezvényhelyszíneket és a szervező irodákat. Külön fejezet foglalkozik az incentive programokkal. Az 5.000 példányban megjelent kiadvány a legjelentősebb szakmai kiállításokon, az MT Zrt. külképviseleti hálózatán, valamint a Zrt. Magyar Kongresszusi Irodáján keresztül kerül terjesztésre. A katalógus letölthető az MKI honlapjáról (www.hcb.hu) is. A nemzetközi igényeknek megfelelően, a kiadvány hamarosan elkészül multimédiás CD-ROM változatban is.



KÉPVISELETI KIADVÁNYOK

✓ **Új wellness kiadvány jelent meg cseh és szlovák nyelven**

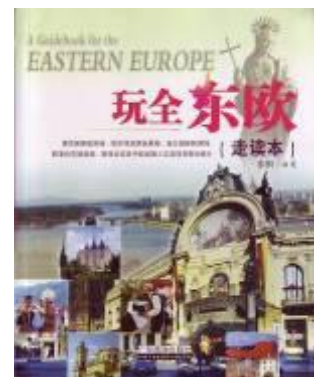


Vadonatúj cseh és szlovák nyelvű fürdő és wellness kiadvány készült a Magyar Turizmus Zrt. prágai és pozsonyi képviseleteinek gondozásában. A kiadvány 20-20 ezer példányban jelent meg cseh és szlovák nyelven, 40 oldal terjedelemben. A tartalmából: általános tudnivalók, wellness ABC, a szaunázás titkai, turisztikai régiók ismertetői, majd régiók szerinti bontásban kaptak helyet a cseh és szlovák piacokon legismertebb és legkedveltebb fürdők is. A brosúrához számos magyarországi szolgáltató (fürdőhelyek, szállodák, éttermek) is csatlakozott. Csehországban, Prága és környékén egy női lap előfizetőinek juttatta el mellékletként az MT Zrt. képviselete, Szlovákiában pedig egy országos napilap előfizetői ismerkedhettek meg a kiadvánnyal. Mindkét képviselet továbbá 2-2

ezer példányt kiállításokon, rendezvényeken fog terjeszteni.

✓ **Magyarországot is ajánló úti könyv jelent meg Kínában**

Több, hazánkról szóló cikk után 2010. júliusban egy Magyarországot is tartalmazó Kelet-Európáról szóló útikönyvet adott ki az az újságíró, aki a Magyar Turizmus Zrt. meghívására többször is járt hazánkban. A könyv – amely összesen 13 országot tartalmaz és amelynek Csehország és Magyarország több mint az egyharmad részét teszi ki – 56 oldalon keresztül mutatja be hazánk turisztikai értékeit kiemelve Budapestet, a Balatont, Egert és Pécs városát. A könyv számtalan konkrét szolgáltatót is megemlít, aminek köszönhetően egyrészt túllép az általános útleírásokon, másrészt igen hasznos lehet a Kínából is egyre növekvő számú egyéni utazó körében.



✓ Új ADAC kiadvány Budapestről



A folyamatos, egyre nagyobb érdeklődésnek köszönhetően, megújult külsővel és gazdag tartalommal újból megjelentette Budapestről szóló „úti csomagját“ Németország legnagyobb autókлубja, az immár 17 millió tagot számláló ADAC. A friss hírek szerint nem túlzás kiemelni a cég piacvezető szerepét sem, hiszen az 1903-tól működő ADAC Európa vezető, és a világ harmadik legnagyobb autókлубjává nőtte ki magát. Jelenleg a német autósok 45%-a az úgynevezett „sárga angyal“ szárnyai alatt utazik Európa útjain, akik az autómentő-szolgálaton és az utazási tanácsadáson kívül számos előnyét élvezik tagságuknak.

A Budapestre utazók számára megjelenő kiadvány tartalmaz egy minden apró részletre kiterjedő útikönyvet és egy várostérképet, valamint egy 65 perces hanganyagot, amely fővárosunk látványosságait mutatja be egy auditív városnézés során. A CD a legfontosabb belvárosi nevezetességeket érdekes, izgalmas történetekkel, színes interjúkkal, kellemes zenével teszi még vonzóbbá. A kiadvány számos újdonságot tartogat nemcsak az először Budapestre látogatók, hanem a várost már jól ismerők számára is, például a két világháború közötti életről, hidainkról, újonnan nyílt múzeumainkról. A hanganyag szerzői 2009-ben az MT Zrt. németországi külképviselete szervezésében látogattak Budapestre.

MÉDIA-MEGJELENÉSEK

KÜLFÖLD

A Magyar Turizmus Zrt. külképviseletei 2010. júliusban összesen **10 akció keretében helyeztek el hirdetést** külföldi nagyközönségi és szakmai lapokban.

A fizetett megjelenések mellett, számos PR cikk és tudósítás született az MT Zrt. szervezésében megvalósult tanulmányutak, vagy szakmai segítségnyújtás nyomán.

2010 júliusában az alábbi főbb médiumok számoltak be hazánk turisztikai kínálatáról:

- ✓ Budapest az 52 ezer példányban megjelenő svájci „Chili“ Lifestyle magazinban szerepelt.
- ✓ Lillafüredről írt az **izraeli Travel News** (10.000 pld) az MT Zrt. és a Malév közös tanulmányútja nyomán.
- ✓ A Liszt Év 2011 szerepelt a **romániai Szabadság c. napilapban**.
- ✓ Magyarország turisztikai kínálatát mutatta be a **székelyföldi Régió Magazin** júliusi száma.
- ✓ Egész oldalas cikket közölt a **British Airways fedélzeti magazinja** Budapest turisztikai kínálatáról.
- ✓ A magyar fővárost ajánlotta olvasóinak júliusban a **francia Voyager hírlevél**.
- ✓ Felső-Ausztria egyik legolvasottabb lapjának (**Neues Volksblatt**) nyári utazási melléklete kiemelt helyen szólt a Duna magyarországi láttnivalóiról.

- ✓ Budapest esszenciája szerepelt az **amerikai Independent Traveler.com** oldalon.
- ✓ Magyarország **Izrael vezető női magazinjának, a Laisha hasábjain** szerepelt.
- ✓ Az osztrák fiatalok körében rendkívül közkedvelt **FALTER Magazin** nyári különszáma az osztrák programtippek mellett a magyar fesztiválokra is külön felhívta a figyelmet.
- ✓ Július 13-án a **Maariv izraeli, országos napilap** 70.000 pld. számú „**At**” magazinja kétoldalas Magyarország cikket jelentetett meg.
- ✓ A nyári főszezon kellős közepére időzítve jelent meg Ausztria legnépszerűbb napilapjának, a 3,2 milliós (!) olvasótáborral rendelkező **Kronen Zeitung** hétvégi számának utazási mellékletében látható terjedelmes Balaton-összeállítás.
- ✓ Magyar aktív turisztikai ajánlatok **Németország szerepeltek egyik legnépszerűbb túrahonlapján**, a www.outdooractive.com interaktív weboldalon (havi 300.000 látogató)
- ✓ Hivatásturisztikai riport jelent Budapestről a **francia Voyages & Stratégie**-ben (15.000pld).
- ✓ Az osztrák szállodai és utazási szakemberek által forgatott nívós **Hotel&Touristik című szaklap** júliusban részletes összeállításban foglalkozott Budapest turizmusával és a város turisztikai vonzerőinek összetettségével.
- ✓ Rövidfilmek osztrák utazóknak a „Gyógyító-Magyarországról“ az ausztriai szenior korosztály körében a legnépszerűbb on-line életmódmagazin weboldalán, www.tv.55plus-magazin.net.
- ✓ Balaton kerékpárral: beszámoló jelent meg a **német Die Zeit weboldalán**.
- ✓ A Tokaj-hegylajai borvidékről írt a **The New York Times**.
- ✓ Budapest és Pécs szerepelt az **Irish Timesban** (90.000pld).
- ✓ Lengyel Forma 1 rajongókat csábított hazánkba a **Business Traveller Poland** (20.000pld).
- ✓ Szerelem Pécssett a svájci **Sonntags Zeitung hasábjain** (195.000pld).
- ✓ Gyulai élménybeszámoló volt olvasható az **Evenimentul Zilei román nyelvű országos napilapban** és a www.evz.ro weboldalon.
- ✓ Fókuszba került Magyarország turisztikai kínálata a **Kínai Népi Rádió** műsorában.
- ✓ Pécs szerepelt az olasz viamichelin utazási portálon.
- ✓ Hazánk turisztikai kínálatát mutatta be az **osztrák Radio Arabella** (www.arabella.at) július 23-i turisztikai és programajánló műsorában.

E-MARKETING

Az internet, az online, illetve elektronikus információgyűjtés szerepe mára elvitathatatlan a turisztikai szektorban is, ennek megfelelően az MT Zrt. 2010. évi marketingterve mind belföldi, mind külföldi kommunikációjában kiemelt eszközként kezeli az elektronikus marketinget.

A Magyar Turizmus Zrt. **összesen 58 honlapot üzemeltet** és tart karban a világ **27 országában, 29 nyelvi változatban.**

Az új turisztikai márka arculatának alapján az MT Zrt. valamennyi honlapjának – az egyes piacokra jellemző egyedi igényeket megtartva – egységesítése folyamatosan zajlik.

Júliusban további három regionális honlap, a **Közép-Dunántúl, Észak-Alföld és Dél-Alföld integrálása zárult le.** Ennek köszönhetően már összesen ötre emelkedett azon régiók száma, amelyek közvetlenül kapcsolódnak az itthon.hu portálhoz. Nemzetközi viszonylatban az **osztrák és a kínai oldalak implementálása folyik** a hungary.com-ba. Előbbi várhatóan ez év augusztusában, míg utóbbi szeptemberben ölt végleges formát.

A tematikus oldalakat tekintve megújult formában **átadásra került** a négynyelvű **wellness.itthon.hu**, ahol a gyógykezelésektől, a termálfürdőkön át egészen a wellness ABC-ig, rengeteg hasznos tudnivalóval találkozhatnak a gyógyulni és pihenni vágyók.

Az új megjelenésnek és tartalmaknak köszönhetően 2010 júliusában a Magyar Turizmus Zrt. központi honlapjait (**www.itthon.hu** és **www.hungary.com**), valamint a Fesztiválok Éve tematikus kampányoldalt (**fesztival.itthon.hu**) közel **170.000 egyedi látogató**, közel 200.000-szer látogatta meg, mintegy **535.000 oldalbetöltést** generálva. A látogatószám fenntartása, az oldalak ismertségének növelése érdekében különböző online marketing eszközök segítségével ún. **keresőoptimalizálás** (SEO), nyereményjátékok, szöveges-képes-animált hirdetések (bannerek) alkalmazásával és **keresőmarketinggel** a honlapjaira irányítja az MT Zrt. a látogatók figyelmét.

A **portálok** és a mobilos alkalmazások napi szintű **menedzselésével**, tartalmak folyamatos színesítésével (térképek, videók, képgalériák, karaoke, hangosszótár), aktualizálásával tartja fenn a Társaság a látogatók érdeklődését Magyarország turisztikai kínálata iránt.

A szakmai szervezetek, valamint a turisztikai szolgáltatók számára **online hirdetési felületeket** biztosít a nemzeti turisztikai marketingszervezet a portáljain. A jelentkezés, a **hirdetők akvirálása** folyamatosan zajlik.

A Magyar Turizmus Zrt. **közösségi brandépítése**, valamint a közösségi oldalak napi szintű menedzselése júliusban is folytatódott. Az MT Zrt. oldalain elérhetővé vált a közösségi tartalommegosztás, amely egyben a szolgáltatók számára is egy újabb kiemelési lehetőség. Ezen túl a közösségi munka jelenleg négy **Facebook** (VisitPécs, Hungary Tourism, Fesztiválbusz, Fesztiválok Éve), két **Twitter** (Fesztiválok Éve, Hungary) oldalon és két **YouTube** (itthononthonvan, hungary) csatornán folyik. Valamennyi közösségi portált tekintve az MT Zrt. oldalain 2010-ben **több mint 7.500 rajongó** mintegy 3.000 bejegyzést tett közzé, és közel 2.000 tartalmat, bejegyzést kedvelt (lajkolt), 350 videót töltött fel, valamint összesen 130.000 alkalommal tekintették meg a Youtube csatornáink filmjeit.

A legsikeresebb a **Facebook-on** 2010. január 19-én indított Fesztiválok Éve rajongói oldal, amely az elmúlt fél évben nagymértékben hozzájárult a 2010-es témaév népszerűsítéséhez. A platform iránti egyre növekvő érdeklődést kihasználva, illetve új rajongók elérése érdekében több tudásalapú **nyereményjátékot**, valamint **fotópályázatot** is szervezett a Zrt. A játékos kedvűek

között olyan értékes nyeremények kerültek kisorsolásra, mint egy Hungarycard, 3 napos bérlet a Forma-1 Magyar Nagydíjra vagy jegyek az Ördögkatlan Fesztiválra. A Társaság továbbá külön ajándékkal díjazta a július 14-én a Fesztiválok Éve 2010-es Facebook csoporthoz csatlakozott 2000. felhasználót is.

Újdonságként, az MT Zrt. a mobilportáljának üzemeltetésén túl **iPhone-ra** készített **alkalmazást** fejlesztett, amelyen keresztül a felhasználók elérhetik szinte a teljes Nemzeti Turisztikai Adatbázist (NETA). Az alkalmazás előreláthatólag augusztustól válik elérhetővé, jelenleg a tesztelés fázisában tart a munka.

A NETA minél szélesebb körben való terjesztése érdekében folyamatos egyeztetés zajlik a hazai mobil szolgáltatókkal az esemény és hely-specifikus, illetve személyre szabott tartalom-szolgáltatással kapcsolatban.

Az MT Zrt. munkatársai előrehaladott tárgyalást folytatnak a Vodafone-nal, a **Vodafone Kedd** nevű akcióhoz való csatlakozásról, amelyen keresztül a Zrt. segíteni szeretné a fürdőik és a múzeumok látogatottságának növelését. Az akció lényege az „egyet fizet, kettőt kapsz!” minden kedden, aki Vodafone-os kóddal érkezik a szolgáltatóhoz.

A navigációs készülékek és szolgáltatások piacán elkezdtek az egyeztetéseket a **TelAtlas** gps-szoftver és adatbázis építő céggel, amely révén a jövőben **GPS készülékekben, sőt új autók gyári navigációjában is elérhetővé válik a Nemzeti Turisztikai Adatbázis (NETA).**

PIACKUTATÁS ÉS STATISZTIKA

✓ **Statisztika**

A Központi Statisztikai Hivatal előzetes adatai alapján az MT Zrt. Kutatási Csoportja a kereskedelmi szálláshelyek 2010. január-májusi vendégforgalmi adatai alapján statisztikai elemzést készített az országra, a turisztikai régiókra, valamint a gyógy- és wellness-szállodákra vonatkozóan. Szintén júliusban publikálta a KSH a magánszálláshelyek 2009. évi adatait, amelyek alapján a Kutatási Csoport részletes elemzést is készített.

✓ **Turizmus Magyarországon**

A Központi Statisztikai Hivatal július végén jelentette meg a 2009. évi végleges statisztikai adatokat a kereskedelmi szálláshelyek vendégforgalmára vonatkozóan. A végleges adatok, valamint a magánszálláshelyek 2009. évi vendégforgalmi adatai alapján a Kutatási Csoport megkezdte a **Turizmus Magyarországon 2009** statisztikai kiadvány végleges változatának elkészítését. A kiadvány magyar és angol nyelven jelenik meg augusztus hónapban.

✓ **UNWTO World Tourism Barometer**

A Turisztikai Világszervezettel (United Nations World Tourism Organization, UNWTO) történő együttműködésben a Magyar Turizmus Zrt. részt vesz a turizmus alakulását rövid távon vizsgáló **UNWTO World Tourism Barometer** felmérésben. A Szervezet 2010. július 5-én tette közzé legfrissebb jelentését a 2009. évi nemzetközi turisztikai bevételekről és kiadásokról, a legfontosabb küldőországok rangsoráról, továbbá a legfrissebb, 2010. évi statisztikákról és előrejelzésekről. A Kutatási Csoport ebből is készített magyar nyelvű összefoglalót.

✓ **European Travel Commission**

A Kutatási Csoport aktívan részt vesz az ETC megbízásából 2010-ben készülő **Product Development Handbook** szerkesztésében. Emellett a legutóbbi, budapesti ETC ülés óta folyamatosan részt vesz és egyeztetést folytat az ETC tagországok kollégáival a Tourism nemzetközi adatbázis továbbfejlesztéséről.

✓ **Egészségturizmus Éve 2011 - kutatások**

A Kutatási Csoport előkészítette az Egészségturizmus Évét megalapozó kvalitatív kutatást. Ezen kívül az OEP által finanszírozott gyógytényezőkhöz kapcsolódó szolgáltatások igénybevételének multiplikátor hatását vizsgáló kutatással kapcsolatban a Kutatási Csoport folyamatos szakmai egyeztetéseket folytat az érintett partnerekkel, a Turizmus Főosztállyal, a Magyar Egészségturizmus Marketing Egyesülettel (MEME), az Egészségügyi Stratégiai Kutatóintézetrel és más szervezetekkel.

✓ **Turizmus Bulletin**

2010 júliusában a Kutatási Csoport lezárta a **Turizmus Bulletin** szakmai folyóirat 2010. évi első és második – összevont – lapszámának szerkesztését, a folyóirat tördelése megkezdődött, a szokásos korrektúráköröket követően kerül nyomtatásra. Az összevont lapszámmal párhuzamosan a 2010/3-as szám szerkesztését is folytatta a Kutatási Csoport július hónapban, valamint a negyedik szám tartalmi tervezete is összeállításra került, amely számot az

Egészségturizmus Éve kapcsán teljes egészében az egészségturizmusnak szentel a Magyar Turizmus Zrt.

CONTACT CENTER

A Contact Center vezetékes hívószáma 06 1 438 80 80; külföldről (7 országból) ingyenesen hívható a 00 800 36 000 000-ás szám és három nyelven üzemel az Automata Információs Rendszer is a 06 30 30 30 600-as számon.

2010. júliusban a – hét minden napján 24 órában működő – telefonos szolgálat összesen **3148 hívást** fogadott. A legtöbb hívás közlekedés, programok, események és szálláshely témákban érkezett, ezeket követik a kiadványok utáni érdeklődések.

Írásos információ-adás:

Az írásos információ-adás zömében e-mailben történt. A 2010. júliusban összesen **354 levél** került megválaszolásra.

Adatkarbantartás:

A Contact Center folyamatosan karbantartja a NETA Online turisztikai adatbázist, amely a központi és külképviseleti honlapok számára is szolgáltat információkat.

EGYÉB

EDEN

Hazai Kiváló Európai Desztinációk találkozója a Tisza-tónál

Magyarország immár negyedik éve vesz részt az európai uniós Kiváló Európai Desztináció, azaz EDEN projektben. A projekt lehetőséget teremt arra, hogy az Európai Bizottság minden évben különböző témakörökben válassza ki az európai országok legjobb nemzeti desztinációit.

2010-ben a projekt keretében 'Magyarország legígéretesebb természetes vizű desztinációja' témakörben a Tisza-tó nyerte el a megtisztelő címet. **Az idei évben új színfoltként 2010. július 13-án egy szakmai nap keretében a nyertes térséggel ismerkedhettek meg az elmúlt évek pályázó térségei.** A rendezvényt - a projektet hazánkban a kezdete óta lebonyolító - Magyar Turizmus Zrt. és az idei nyertes Tisza-tavi Turizmusfejlesztő Egyesület közösen szervezte. Az EDEN nap keretében az elmúlt évek nyertes térségei bemutatták a díj elnyerésével kapcsolatos tapasztalataikat, illetve javaslatokat fogalmaztak meg a projekt továbbfejlesztésével kapcsolatban. Az eddigi nyertesek szerint a díj kedvező hatást gyakorolt a térség turisztikai szakmai tevékenységére, a vendégforgalmat mérhetően és kedvezően befolyásolta. Ez utóbbi, a turisztikai forgalom fellendítése egyébként a pályázaton indulók egyik fő motivációja.

A továbbiakban a résztvevők bepillantást nyerhettek a Tisza-tó turizmusába szakmai szemmel, a vonzerők mellett megismerhették pl. az egyesület tevékenységét és a térségben egységes szolgáltatásokat nyújtó túrakerület hálózatot.

A Tisza-tó a 2010. áprilisi hazai győzelmet követően várhatóan 2010 szeptemberében – európai társaival együtt - Brüsszelben veheti át az Európai Bizottságtól a Kiváló Európai Desztináció díjat.