

# BESZÁMOLÓ A MAGYAR TURIZMUS ZRT. 2010. ÉVI MARKETINGTEVÉKENYSÉGÉRŐL<sup>1</sup>



*élmény veled*

[www.itthon.hu](http://www.itthon.hu)



<sup>1</sup> A beszámoló terjedelmi korlátai nem teszik lehetővé valamennyi turisztikai régió és valamennyi külképviselet összes akciójának felsorolását.

## Tartalomjegyzék

BEVEZETÉS.....	3
A MAGYAR TURIZMUS ZRT.....	3
KIEMELT MARKETINGAKCIÓK, KAMPÁNYOK .....	4
BELFÖLD.....	4
FESZTIVÁLOK ÉVÉHEZ KAPCSOLÓDÓ MARKETINGAKCIÓK/ESZKÖZÖK .....	4
VENDÉGBARÁT MAGYARORSZÁG .....	7
KULTURÁLIS TURIZMUS .....	8
A BOR ÉS GASZTRONÓMIAI KÍNÁLATOT NÉPSZERŰSÍTŐ KIEMELT AKCIÓK.....	9
AZ EGÉSZSÉGTURIZMUST NÉPSZERŰSÍTŐ MARKETINGAKCIÓK .....	11
KERÉKPÁROS TURIZMUS .....	12
FALUSI TURIZMUS.....	12
ÖKOTURIZMUS .....	12
KORCSOPORTOS, IFJÚSÁGI TURIZMUS .....	13
HIVATÁSTURIZMUST NÉPSZERŰSÍTŐ MARKETINGAKCIÓK .....	13
EGYÉB TURISZTIKAI TERMÉKEKHEZ KAPCSOLÓDÓ MARKETINGAKCIÓK .....	13
AZ MT ZRT. REGIONÁLIS MARKETING IGAZGATÓSÁGAINAK KIEMELT AKCIÓI .....	14
TOVÁBBI BELFÖLDI AKCIÓK.....	22
KÜLFÖLD.....	22
LÉGI MARKETING ALAP .....	23
BUDAPEST ÉS KÖRNYÉKÉT NÉPSZERŰSÍTŐ KIEMELT MARKETINGAKCIÓK .....	24
BALATONT NÉPSZERŰSÍTŐ KIEMELT MARKETINGAKCIÓK.....	28
PÉCS2010 NÉPSZERŰSÍTÉSÉRE IRÁNYULÓ MARKETINGAKCIÓK .....	28
HIVATÁSTURIZMUS .....	29
EGÉSZSÉGTURIZMUS KIEMELT AKCIÓK .....	30
AZ MT ZRT. KÜLKÉPVISELETEINEK TOVÁBBI AKCIÓI.....	30
KOMMUNIKÁCIÓS ELLENKORMÁNYZÁS A VÖRÖSISZAP-KATASZTRÓFA KEDVEZŐTLEN TURISZTIKAI HATÁSAINAK TOMPÍTÁSA ÉRDEKÉBEN .....	30
MAGYARORSZÁG SOROS EU ELNÖKSÉGÉT NÉPSZERŰSÍTŐ MARKETINGAKCIÓK.....	32
KIÁLLÍTÁSOK, VÁSÁROK, RENDEZVÉNYEK .....	33
SZAKMAI KAPCSOLATOK .....	33
A KÜLFÖLDI TURISZTIKAI SZAKMA RENDEZVÉNYEINEK MAGYARORSZÁGRA HOZATALA .....	39
SAJTÓKAPCSOLATOK.....	40
SAJTÓESEMÉNYEK.....	41
KÜLFÖLDI MÉDIA ÉS SZAKMAI TANULMÁNYUTAK.....	42
KIADVÁNYOK .....	42
MÉDIA-MEGJELENÉSEK.....	47
E-MARKETING.....	47
PIACKUTATÁS ÉS STATISZTIKA .....	49
CONTACT CENTER .....	52
EGYÉB.....	52

## BEVEZETÉS

---

### A MAGYAR TURIZMUS ZRT.

A Magyar Turizmus Zrt. állami tulajdonban álló gazdasági társaság. **Küldetése**, hogy nemzeti turisztikai marketingszervezetként a szakma támogatásával az országot külföldön és belföldön turisztikai szempontok szerint pozicionálja, vagyis az utazási döntések megalapozásához szükséges tárgyi ismereteket átadja, és megkülönböztesse magát versenytársaitól.

A Társaság tevékenységének **üzleti célja** a külföldi és belföldi vendégéjszakák számának emelése, azaz a turisztikai költségek növelése.

A Társaság **szervezeti célja**, hogy küldetését piaci alapon, hatékony gazdálkodással megvalósító, iparági katalizátorként működő, központosított szakmai szervezetté váljon.

A Magyar Turizmus Zrt. működését és költségtervét piaci szervezetként kizárólag üzleti céljai határozzák meg. Az eredményes és költséghatékony működés jegyében a Társaság **csak olyan tevékenységeket végez vagy finanszíroz, melyek kitűzött üzleti céljai elérésére közvetlen hatással vannak.** Ennek érdekében a nemzeti turisztikai szervezet minimalizálja a működésre fordítandó költségeket annak érdekében, hogy a szakmai tevékenységre minél több pénzt fordíthasson.

A Társaság **elsődleges szakmai feladata a lakossági marketingkommunikáció és a szakmai értékesítés-ösztönzés.** Az előbbi a potenciális turistát közvetlenül megszólító marketingtevékenységet – beleértve az egyébként értékesítés-ösztönző taktikai kampányokat is –, utóbbi pedig minden olyan tevékenységet jelent, amely az utazásszervezők felé irányul, ideértve a vásárokat, legyenek bár nyitottak a nagyközönség számára is.

A Magyar Turizmus Zrt. **másodlagos szakmai feladatai** közé minden **támogató jellegű szakmai tevékenység** tartozik, beleértve a piackutatás és a turisztikai koordináció területeit. A nemzeti turisztikai marketingszervezet továbbá **partnerszervezeteivel megosztott szakmai feladatokat** is ellát, kiemelt figyelemmel a V4-es együttműködésre, Magyarország 2011. évi EU-elnökségére és a Légi Marketing Alapra.

A szervezet a megváltozott funkciójával összhangban alakul át: a **külképviselői hálózat feladata** elsősorban a szakmai partnerekkel történő kapcsolattartás, a szakmai programok koordinálása és az értékesítés-ösztönzés. A **belföldi hálózat feladata** a regionális lakossági kommunikáció, illetve a szakmai partnerkapcsolatok fejlesztése.

Az MT Zrt. 2010-re a **Fesztiválok Évét** hirdette meg.

## KIEMELT MARKETINGAKCIÓK, KAMPÁNYOK

A Magyar Turizmus Zrt. 2010-ben – az akcióterve szerint – **több mint 2700 marketingakciót** szervezett.

### **BELFÖLD**

A Magyar Turizmus Zrt. márkastratégiája alapján kidolgozott turisztikai arculatot külföldön 2008-ban vezetett be, 2009-ben és 2010-ben már belföldön is ezzel az arculattal jelent meg. Az egységes megjelenés, amely az egyes témaévekre is kiterjedt, erősíti a turisztikai **ország márkát**. Ugyanakkor belföldön, akárcsak külföldön, lehetőség van az egyedi, régiókra jellemző jegyek megjelenítésére is.

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

Tematikus szlogen 2010-ben: „**Élmény veled!**”

### **FESZTIVÁLOK ÉVÉHEZ KAPCSOLÓDÓ MARKETINGAKCIÓK/ESZKÖZÖK**

#### ✓ **Fesztiválok Éve évadnyitó**

A Magyar Turizmus Zrt. 2010. január 20-án évadnyitó szakmai rendezvény keretében hivatalosan is elindította a Fesztiválok Évét.

#### ✓ **Kedvezményes szállásajánlatok**

A kereskedelmi és magán szálláshelyeken eltöltött vendégéjszakák számának növelése, valamint az egész éves kommunikáció lehetőségének megteremtése érdekében a Magyar Turizmus Zrt. a szolgáltatókkal együttműködve országszerte, egész évre kínált szálláskedvezményeket különböző – a szolgáltatók által meghatározott – kedvezményes csomagajánlatokat. A kedvezményes ajánlatokhoz nyereményjáték is kapcsolódott. A több mint 240 ajánlatot tartalmazó kiadvány 2010 márciusában, az Utazás kiállításra jelent meg. Az országos akcióknak (Műemléki Világnap és Nyitott Pince Napok) is köszönhetően az ajánlatok száma meghaladta a 300-at.

#### ✓ **Plakátkampány**

A témaévet bevezető figyelemfelkeltő **plakátkampány** keretében 2010. január 16. és február 15. között, országszerte 100 db óriásplakát, 300 db city light, 50 db kisplakát és 200 db parkolóórán elhelyezett hirdetés hívta fel a figyelmet a Fesztiválok Évére.

✓ **Tematikus fesztiválnaptárak megjelentetése, terjesztése** (Erről bővebben a beszámoló Kiadványok c. részében lehet olvasni.)

#### ✓ **Itthon otthon van turisztikai melléklet**

A nemzeti turisztikai marketingszervezet a turisztikai vonzerővel rendelkező magyarországi fesztiválokra az év során 13 alkalommal megjelent **Itthon otthon van turisztikai mellékletben** is felhívta a figyelmet. A melléklet alkalmanként csaknem 200.000 példányban, újságok, magazinok (Blikk Nők, Fanny, Hölgyvilág, Kiskegyed Konyhája, Magyar Nemzet, Népszava, Színes Kéthetes Tévéműsor, Vasárnapi Hírek, Világgazdaság) előfizetői példányaiba került behúzásra, valamint terjesztésre a Tourinform irodákban és a MOL töltőállomásokon is.

#### ✓ **Fesztiválok Éve honlap**

Az interaktív **Fesztiválok Éve honlap** (fesztival.itthon.hu), az MT Zrt. itthon.hu honlapjának aloldalaként működött. A honlapon a folyamatosan frissülő tartalmak (például cikkajánlók) mellett naprakész adatbázis segítette a látogatók tájékozódását. A **kedvezményes utazási**

**ajánlatok** és a fesztiválokról rendelkezésre álló információk egymáshoz kapcsolódva is megjelentek, ami az üzenetek hatékonyabb célba jutását segítette.

✓ **Fesztiválok Éve köntösbe öltözött a Magyar Turizmus Zrt. mobilinternetes oldala**

A Fesztiválok Éve jegyében 2010-ben megújult a Magyar Turizmus Zrt. mobilinternetes oldala, a mobil.itthon.hu is. Az oldalon a már jól bevált szállás, látnivaló, vendéglátás, gyógy- és wellness kereső funkciók mellett újdonságként a magyarországi fesztiválokra is rákereshettek az érdeklődők. Az oldalon szereplő adatok az MT Zrt. által – a [www.itthon.hu](http://www.itthon.hu) portálon – üzemeltetett Nemzeti Turisztikai Adatbázisból (NETA) származnak. A Magyar Turizmus Zrt. az Utazás kiállítás kapcsán egy QR kód kampánnyal is előrukkolt, amivel ajándékokat lehetett nyerni.

✓ **Mobil-programfüzet**

A korábbi sikeres tapasztalatokra alapozva, a 2010. évi jelentősebb, turisztikai vonzerővel is rendelkező fesztiválok már **mobil-programfüzetben** is kereshetők voltak. Az interneten terjesztett, telefonra letölthető alkalmazás segítségével az érdeklődők szintén információt szereztek a 2010. évi fesztiválokról.

✓ **EXIT különszám** (Erről bővebben a beszámoló Kiadványok c. részében lehet olvasni.)

✓ **Fesztiválbusz**

A Fesztiválok Évében a Magyar Turizmus Zrt. a MOL támogatásával, egy – külön erre a célra kialakított – fesztiválbusz segítségével népszerűsítette június utolsó napjától októberig a belföldi programokat a fesztiválok helyszínein. A busz – nevével ellentétben – sokkal több volt, mint egy busz: **találkozóhely, játszótér, információs pont és lounge egyszerre**. A fesztiválbusz 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.), Forma 1 (Budapest, 2010. július 30. -augusztus 1.), Ördögkatlan Összművészeti Fesztivál (Baranya, 2010. augusztus 4-8.), Summerfest Nemzetközi Folklórfesztivál (Százhalombatta, 2010. augusztus 12-22.), Nemzetközi Tiszai Halfesztivál (Szeged, 2010. szeptember 2-5.), Szolnoki Gulyásfesztivál (Szolnok, 2010. szeptember 10-12.), Csabai Kolbászfesztivál (Békéscsaba, 2010. október 28-31.).

✓ **További marketingeszközök**

A nemzeti turisztikai marketingszervezet a **budapesti Utazás és a vidéki turisztikai kiállításokon**, továbbá **fesztiválokra való kitelepüléssel** is népszerűsítette a témaévet.

A fesztiválkínálatban való eligazodást a Magyar Televízióban **naponta jelentkező „élmény veled” turisztikai programajánló**, valamint az 2010-ben négy alkalommal megjelent **EXIT különszám** is segítette. Az MT Zrt. a Fesztiválok Évében is folytatta az együttműködést a **Funzine magazinnal**, valamint a Pesti Műsor által az Utazás kiállításra megjelentetett **Fesztiválkalauznak** is a Társaság volt az együttműködő partnere.

Fentiekén kívül a promóciós munkát egyéb **online és offline felületek** is segítették (együttműködés internetes és nyomtatott médiumokkal, hirdetések, PR cikkek és riportok, hírlevelek, tanulmányutak, szakmai rendezvények stb).

Bár a Fesztiválok Éve elsősorban a belföldi marketingtevékenység összpontosítását célozta meg, a **Magyar Turizmus Zrt. külképviseleteinek** jelentős része is aktívan bekapcsolódott a magyarországi fesztiválok népszerűsítésébe: sajtótájékoztatókat és tanulmányutakat szerveztek, hirdetéseket és PR cikkeket jelentettek meg – szorosan együtt dolgozva a fesztiválok szervezőivel, a szolgáltatókkal és a helyi magyar kulturális intézetekkel.



### ✓ **Fesztiválok Éve játék az Utazás Kiállításon**

A Magyar Turizmus Zrt. a 2010-es Utazás Kiállításon is szervezett kvízzjátékot a játékos kedvűek számára, amelynek célja az volt, hogy valamennyi régió fesztiválkínálatát megismerje a nagyközönség. A „**Fesztivál mini csillagtúrát**” végigjárva garantált nyereményeket vihettek haza a fesztiválkártyákat összegyűjtők. A legszerencsésebbek – és legügyesebbek – fesztiválbelépőkkel gazdagodhattak.

### ✓ **Élmény veled - turisztikai programajánló a youtube-on**

### ✓ **Nyereményjáték a Fesztiválok Évében**

Értékes nyereményekért üdülhettek itthon az utazók a Fesztiválok Évében. A Magyar Turizmus Zrt. nyereményjátékának keretében azok, akik május 31-ig az akcióban részt vevő kedvezményes szálláshely-ajánlatok közül választottak, belföldi utazást vagy fesztiválbelépőt nyerhettek.

### ✓ **Fesztiválok Éve road show főiskolásoknak és egyetemistáknak**

A Magyar Turizmus Zrt. által 2010-re meghirdetett Fesztiválok Évében kiemelt célcsoport volt a mintegy félmillió főt számláló magyarországi egyetemista, főiskolai hallgatószám. Ők egy road show keretében is találkozhattak a témaév újdonságaival, ismerkedhettek a 2010. évi fesztiválokkal. A Magyar Turizmus Zrt. több budapesti és vidéki felsőoktatási intézménybe is ellátogatott, ahol a fiatalok nem csupán a fesztiválokról és a belföldi turisztikai kínálatról kaphattak első kézből információt, hanem több játékban is összemérhették tudásukat. A fesztiválokat legjobban ismerő, legügyesebb és legszerencsésebb hallgatók fesztiválbelépővel is gazdagodhattak.

### ✓ **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 fesztiválozásra. 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” szlogenjének 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 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 2010-ben 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.

### ✓ H2O Sziget

A Sziget Fesztiválon a Fesztiválbusz mellett az MT Zrt. a „H2O Szigeten” is várta az érdeklődőket. A Magyar Turizmus Zrt. szakmai együttműködésében megvalósult informa(k)tív helyszínen interaktív „vizes” játékokkal és a vízbárral várták a (tudásra) szomjazókat déltől éjfélig a Fesztivál teljes ideje alatt.

### ✓ Fesztiválok Éve programajánló a Horizon magazinban

A havonta megjelenő Horizon magazin minden számában egy-egy oldal népszerűsítette a Fesztiválok Évét.

### ✓ Fesztiválok Éve Hírlevél

A Fesztiválok Évében – április, június és augusztus után október végén negyedik alkalommal állított össze nagyközönségi hírlevelet a Magyar Turizmus Zrt., amelynek címzettjei a Kulturális Turizmus Éve hírlevél címlistája mellett az Utazás 2010 kiállításon, valamint a Fesztiválbusz korábbi állomásain regisztráltak voltak. A hírlevél minden alkalommal közel 1900 e-mail címre került kiküldésre.

### ✓ A Fesztiválok Évéről is szó esett a Magyar Fesztivál Szövetség szakmai rendezvényén (2010. november 24-25-én, Százhalombattán)

### ✓ Különdíjat nyert a Magyar Turizmus Zrt. Fesztiválbusza az Arany LolloPOP reklámversenyen

## VENDÉGBARÁT MAGYARORSZÁG

### ✓ Vendégbarát Múzeum program

A Fesztiválok Évében a Magyar Turizmus Zrt. ismét meghirdette a Vendégbarát Múzeum Programot a hazai kulturális intézmények számára az Oktatási és Kulturális Minisztériummal, a Kulturális Örökségvédelmi Hivatallal és az Önkormányzati Minisztérium Turisztikai Szakállamtitkárságával közösen. A Vendégbarát Múzeum program célja, hogy segítségével az elmúlt években történt látogatóbarát fejlesztések híre eljusson mind a belföldi, mind a külföldi potenciális vendégekhez. A vendégbarát múzeumok képesek felkelteni az érdeklődést a művelődés és a tanulás iránt is, ami mind a nemzetközi, mind a belföldi turizmus számára növekedési lehetőséget biztosít. 2010-ben három kategóriában 23 múzeumra szavazhatott a nagyközönség. A 2010. május 13-án lezárult voksolás során a Vendégbarát Múzeumokra közel 4000 szavazat érkezett.

### ✓ Virágos Magyarorszáért



A „Virágos Magyarországért” verseny immár több mint egy évtizede Magyarország legsikeresebb környezetszépítő versenye, és talán ennél is több: mozgalom. Az országos mellett ma már helyi – városi, megyei, régiós – versenyeket is rendeznek, amelyek évente közel **kétfélmillió embert** mozgósítanak a kulturált, rendezett, tiszta, virággal díszített környezet megteremtése, megőrzése érdekében. A versenyt 2010-ben **tizenhetedik alkalommal** hirdették meg. A 2010. évi Virágos Magyarorszáért környezetszépítő verseny győztesei: Balatonfüred és Pálozok lettek.

A 2010. évi versenybe 351 település jelentkezett, legtöbbször Baranya megyéből (51), második helyre Borsod megye (37), harmadik helyre Veszprém megye került (32), Budapestről pedig hét



kerület nevezett be. A balatonfüredi díjkiosztó ünnepségen összesen több mint száz települést jutalmaztak a kiírók vagy szponzorok felajánlásaiból.

A magyar verseny kapcsolódik az Európai Virágos Városok és Falvak Versenyéhez (Entente Florale Europe), amely több mint három évtizedes múlttal tekint vissza. Az Entente Florale Europe több mint verseny: kampány az európai közös környezeti és kulturális értékek megővéseért, az élhetőbb környezet megteremtéséért az európai összetartozás szelleme jegyében. Az európai verseny 12 ország mintegy 25 ezer települését és több mint 50 millió lakosát tudhatja maga mögött, egyedülálló módon Európában.

A 2010-ben kiemelkedő magyar siker született: Sopron város kategóriában ezüstérmet, Lipót falu kategóriában aranyérmet szerzett. 2011-ben Balatonfüred és Paloznak indul Magyarország képviselőjében az Entente Florale Europe elnevezésű európai környezetszépítő versenyben.

### ✓ **Rozmaring Díj**

A Magyar Turizmus Zrt. 2006-ban hozta létre a Rozmaring Díjat. A díj odaítélésének alapfeltétele, hogy a vendéglátóhely olyan településen legyen, amely benevezett a Virágos Magyarországért környezetszépítő versenybe. Az elnevezés utal arra, hogy a díjnak a gasztronómiához is köze van, hiszen a rozmaring a magyar konyha egyik kedvelt fűszernövénye is. A díjat azok a vendéglátóhelyek kaphatják meg, amelyeknek éttermi kínálata magas színvonalú, és ezzel párhuzamosan környezetük rendezettsége, növényekkel és virágokkal való díszítése különösen igényes. A díjat minden turisztikai régióból évente csak egy étterem kaphatja meg. A díjak odaítélésére a Magyar Turizmus Zrt. Regionális Marketing Igazgatóságai tesznek javaslatot.

A 2009. évi Rozmaring Díj átadására 2010. február 4-én, a 2010. évi Torkos Csütörtököt beharangozó sajtótájékoztatón került sor.

## **KULTURÁLIS TURIZMUS**

### ✓ **„Kultúra Magyar Városa 2010”**

Az Oktatási és Kulturális Minisztérium – együttműködésben a korábbi Önkormányzati Minisztériummal, a Magyar Turizmus Zrt.-vel, valamint a Megyei Jogú Városok Szövetségével és a Kisvárosi Önkormányzatok Országos Érdekszövetségével – 2009-ben pályázatot hirdetett a „Kultúra Magyar Városa 2010” cím elnyerésére. A címmel azon városok helyi önkormányzatát ismerik el, amelyek a kulturális, művészeti életüket kiemelkedően fejlesztik, támogatják, kulturális értékeiket példaértékűen mutatják be. A címet a szakmai zsűri a megyei jogú városok kategóriában 2010-ben **Egernek** és **Győrnek**, a 10.000 lakos feletti kategóriában **Vácnak**, míg a 10.000 lakos alatti kategóriában **Ráckevének** ítélte oda. Az ünnepélyes díjátadóra április 13-án került sor a Művészetek Palotájában. A Kultúra Magyar Városa címet elnyert városok turisztikai kínálatát a Magyar Turizmus Zrt. számos kommunikációs csatornáján keresztül népszerűsítette egész éven át.

### ✓ **Műemléki Világnap**

2010. április 17-én és 18-án, a Műemléki Világnap hétvégéjén az ország több mint 200 különleges műemléke, kiállítóhelye nyitotta meg kapuit ismét – díjmentesen vagy kedvezményes, 110 forintos belépőjegy vásárlásával – a látogatók előtt. Az akciónappal 2009-ben a Műemlékek Nemzeti Gondnoksága, mint főszervező és ötletgazda hagyományt kívánt teremteni, hogy a Műemléki Világnap – amelyet eddig csak a műemlékes szakma ünnepelt – mindenki ünnepévé váljon, amikor érdemes útra kelni és megnézni a régmúlt korok akár közvetlen közelünkben lévő, akár távoli országrészekben található építészeti emlékeit. Az akcióhoz kapcsolódva több helyen szakvezetéssel és külön programokkal is készültek erre a hétvégére. Emellett számos helyszínen

csatlakoztak a rendezvényhez erre a hétvégére kedvezményeket nyújtó szálláshelyek is, amit a Magyar Turizmus Zrt. és a Műemlékek Nemzeti Gondnoksága közösen népszerűsített.

Az akcióban részt vevő programgazdák körében végzett felmérés résztvevői sikeresnek ítélték a kezdeményezést. Minden tízből kilenc helyszínről úgy véli, hogy az akció hatására a jövőben bővülni fog látogatóinak köre. Ennek fényében nem csoda, hogy a válaszadók egyöntetűen (95,5%) szívesen részt vennének máskor is hasonló akcióban. A Műemléki Világnap hétvégéjén átlagosan, az ilyenkor szokásosnál másfélszer annyi látogatót fogadtak az egyes helyszínek, ami összesen mintegy 40 ezer látogató fogadását jelentette a 200 helyszínrre vetítve.

#### ✓ **Kulturális Örökség Napjai**

2010. szeptember harmadik hétvégéjén került megrendezésre a Kulturális Örökség Napjai a KÖH szervezésében. A Magyar Turizmus Zrt. kommunikációs segítséget nyújtott az esemény népszerűsítéséhez.

#### ✓ **Liszt Év 2011 előkészítés**

Az MT Zrt. és a Hungarofest Nonprofit Kft., illetve a KLASSZ Zenei Iroda munkatársai és egyéb partnerek között 2010-ben folyamatosan egyeztetések zajlottak a 2011. évi Liszt Év promóciójával kapcsolatban.

### **A BOR ÉS GASZTRONÓMIAI KÍNÁLATOT NÉPSZERŰSÍTŐ KIEMELT AKCIÓK**

A magyar borok és a 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 feladata volt a társaságnak a gasztronómiai események, fesztiválok kommunikációja a szakmai szervezetekkel együttműködésben.

#### ✓ **Torkos Csütörtök**

A Torkos Csütörtök akciót a Magyar Turizmus Zrt. 2006-ban indította el a Bor és Gasztronómia Évében, a Nagy Ízutazás eseménysorozat részeként annak érdekében, hogy a belföldi lakosságot gasztronómiai utazásra ösztönözze. Az immár hagyománnyá vált eseményt a nagy sikerre való tekintettel a társaság 2010-ben, a Fesztiválok Évében ismét, ötödször is meghirdette. A **Torkos Csütörtök akció célja**, a hazai lakosság érdeklődésének erősítése a vendéglátó (éttermi) szolgáltatások iránt, a magyar konyha népszerűsítése, a magyar bor és gasztronómia értékeinek megismertetése, illetve a belföldi lakosság gasztronómiai utazásra ösztönzése, vagyis a régiók bemutatása a gasztronómia közvetítésével.

Az akció keretében a részt vevő éttermek, illetve vendéglátóipari egységek **2010. február 18-án egész nap** – teljes nyitva tartási idejük alatt – **'a la carte' kínálatukból 50%-os kedvezményt biztosítottak** a torkoskodni kívánó vendégeknek a számla végösszegéből, a helyben fogyasztásra.

Az akció sikerét jelzi, hogy 2010-ben minden eddiginél több, **rekordszámú, 1309 vendéglátóhely csatlakozott** országszerte. Az akcióhoz csatlakozott éttermek teljes listáját az MT Zrt. által létrehozott [www.menjünkenni.hu](http://www.menjünkenni.hu) honlapon böngészhetők az érdeklődők.

Az éttermeken kívül a **MÁV-START Zrt. belföldi IC vonataiban** és a **nemzetközi viszonylatban közlekedő étkezőkocsik belföldi szakaszán működő Utasellátó célú étkezőkocsik** is egységesen **részt vettek** a Torkos Csütörtök akcióban. Az akció sikeréhez továbbá számos, összesen húsz **nagykereskedés és éttermi beszállító** is hozzájárult különböző kedvezményeket kínálva a kampányhoz csatlakozó vendéglátóhelyek számára. 2010-ben először egy színház is jelezte, hogy különleges akcióval szeretne kapcsolódni a Torkos Csütörtökhöz: a

**József Attila Színház** 50%-os színházjegy-vásárlási kedvezményt nyújtott a kultúrára is éhes vendégeknek a Torkos Csütörtök keretében, meghatározott feltételekkel.

Az akció értékelését a csatlakozott éttermek körében lebonyolított online kérdőíves felmérés segítségével végezte a Magyar Turizmus Zrt. Válaszadással az összes étterem több mint harmada, 452 vendéglátóhely segítette a munkát. 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.**

### **Torkos Csütörtök: sikeres védjegy**

A Magyar Turizmus Zrt. 2009. április 7-től kizárólagos jogosultja a Magyar Szabadalmi Hivatal által 198 609-es számon lajstromozott Torkos Csütörtök védjegynek, így a jövőben a szóösszetételt csak azon éttermek használhatják, amelyek regisztrált résztvevői a Magyar Turizmus Zrt. akciónak.

A Torkos Csütörtök eredményeiről részletesebben a Magyar Turizmus Zrt. [www.itthon.hu](http://www.itthon.hu) oldalának Sajtószoba menüpontja alatt lehet olvasni.

### ✓ **Nyitott Pince Napok**

2010-ben, a Fesztiválok Évében a Nyitott Pincék Szövetsége, a Bacchus Arts Stúdió, a Magyar Turizmus Zrt. és a magyarországi borvidékek pincészeinek összefogásában ismét, immár ötödször került megrendezésre a Nyitott Pince Napok akció. 2010-ben, a korábbi pünkösdi időpont helyett 2010. május 8-9-én várta több mint 150 pincészet két napon keresztül a borkedvelőket, kedvezményes, illetve ingyenes borkóstolóval. Az akcióhoz csatlakozott szolgáltatók körében végzett felmérés eredményei szerint a rendezvény 2010-ben is sikeres volt, a vendégek és a vendéglátók körében egyaránt.

### ✓ **Borszerda**

Az immár hagyománnyá vált Torkos Csütörtök akció mintájára 2009-ben először került megrendezésre a Borszerda a Magyar Bormarketing Kht. szervezésében. 2010-ben a Közösségi Bormarketing Kft. ismét meghirdette az akciót, amelynek kommunikációs partnere a Magyar Turizmus Zrt. volt. 2010-ben négy tematikus napot és egy gasztronómiai versenyt szervezett a Borszerda-csapat a Közösségi Bormarketing Alap támogatásával. A Magyar Turizmus Zrt. kommunikációs felületein népszerűsítette a rendezvényeket.

### ✓ **Fröccs-kampány**

2010. június végén indult el és augusztus végéig tartott a Fröccs-kampány, amelynek keretében egy Fröccs-busz járta a hazai fesztiválokat. A Fesztiválok Éve tematikájához kiválóan hozzáilleszhető volt a kampány, amelyet így az MT Zrt. saját felületein is folyamatosan népszerűsített.

### ✓ **Magyarország turisztikai kínálatába is belekóstolhattak a Budavári Borfesztivál látogatói** (2010. szeptember 8. és 12. között).

A Magyar Turizmus Zrt. standján is a Borkultúra Kft. együttműködésében várták azokat, akik a kiváló borok mellett hazánk gyönyörű tájaiból is szerettek volna „kóstolót” kapni.

### ✓ **Márton-napi Libato(u)r - több mint százezer vendég az egyes helyszíneken**

A Magyar Turizmus Zrt. – együttműködésben a Szabadtéri Néprajzi Múzeummal és a Tájházak Szövetségével – 2010-ben második alkalommal hirdette meg a Márton-napi Libato(u)r-t és Újborünnepet, amelynek célja, hogy a Márton napi hagyományokat felelevenítse, és az ünnepkörhöz kapcsolódó eseményeket népszerűsítse, így járulva hozzá a belföldi vendégforgalom élénkítéséhez. A Magyar Turizmus Zrt. összegyűjtötte, és honlapján, a [libatour.itthon.hu](http://libatour.itthon.hu) cím alatt

kereshető formában elérhetővé tette a Márton-napi kínálatot az utazni vágyók számára. A felhívásra 270 szolgáltató és programgazda – skanzen, tájház, múzeum, étterem, pincészet, borászat, szálláshely és utazási iroda – jelentkezett.

Az ajánlatokat a Zrt. hagyományos marketingeszközei (Itthon otthon van melléklet, televíziós programajánló, médiamegjelenések, szórólapok) mellet újszerű promócióval is népszerűsítette. A társaság **utcai gerillaakciójának** keretében 2010 októberében útra kelt Márton, a liba, hogy feltűnő megjelenésével népszerűsítse a Márton-napi Libato(u)rt és Újborünnepet. A szentendrei Szabadtéri Néprajzi Múzeumból 2010. október 29-én megszökött Márton – akinek keresésére az MT Zrt. csapatokat indított – számos kalandba bonyolódott. A liba Budapest számos forgalmas pontján keltett feltűnést megjelenésével október 29-30-án, valamint november 3-án és 4-én: ismerkedett és barátságosan pózolt az érdeklődőkkel, miközben az őt üldöző csapat „Wanted” feliratú, Mártont ábrázoló matricákat osztogatott a járókelőknek, amelyen Márton fényképe mellett, az akció honlapjának címe ([libatour.itthon.hu](http://libatour.itthon.hu)) is látható volt. A gyerekek továbbá egy plakáton festhették tetszőleges színűre Mártont a Millenárison. A libánk kalandjait és a járókelőkkel való ismerkedési „kísérleteit” megörökítő fényképek megtalálhatók a Márton a liba Facebook oldalán.

Márton a gerillaakció után sem pihent: csupán november 11-én, Márton napon tért haza, amikor is a Márton-napi Libato(u)r és Újborünnepek keretében, szerte az országban skanzenekben és tájházakban, éttermekben és pincészetekben színes programkínálat várta az érdeklődőket, az újborkóstolótól a libavacsoráig, a tollfosztástól a tökfargarágásig.

A (ga)libáról egy – tetszőlegesen választható befejezésű – kisfilm a youtube-ra is felkerült (<http://www.youtube.com/watch?v=nlesKQ1Pm5g>), amelyet közel kilencezren tekintettek meg még a Márton-napi hétféje előtt.

## **AZ EGÉSZSÉGTURIZMUST NÉPSZERŰSÍTŐ MARKETINGAKCIÓK**

Az egészségturizmus Magyarország turisztikai kínálatának meghatározó eleme, szerepe kiemelkedő. Mint ismeretes, az Új Széchenyi Terv a Gyógyító Magyarország – Egészségipar programján belül az **egészségturizmust** helyezte középpontba. Ennek jegyében a Magyar Turizmus Zrt. marketingtevékenységében továbbra is kiemelt termékként kezeli az egészségturizmust.

A társaság belföldi promóciójában, 2010-ben az egészségturizmus két területe közül a wellness jelent meg hangsúlyosabban, míg a külföldi kommunikációban a gyógyturizmus – a természetes gyógytényezőkön alapuló turizmusformák és az egészségügyi turizmus – globálisan, a wellness-turizmus pedig a környező országainkban értékesíthető jól. A gyógyturisztikai, illetve a wellness-szolgáltatások promócióját továbbra is elkülönítve, a sajátosságokat kiemelve valósította meg az MT Zrt. A belföldön különösen jól fejlődő wellness-turizmusban a legfontosabb üzenet az volt, hogy Magyarországon a természet eszközeivel, egyedülálló gyógy- és termásvíz-kincsre alapozott eljárások révén, kiváló szakemberek segítségével tehet meg mindent a vendég **egészsége megőrzése** érdekében. A gyógyturizmus kommunikációjának fókuszában az az üzenet állt, miszerint Magyarország több évszázados hagyománnyal rendelkezik a gyógyvízzel történő **gyógyítás** területén, és az elődeink által sikerrel alkalmazott módszereket a legmodernebb orvostudomány eszközeivel egészítjük ki.

**A társaság 2010-ben is számos eszközzel népszerűsítette az egészségturizmust pl. csomagajánlatos kiadványok készítésével és terjesztésével, a wellness.itthon.hu weboldal működtetésével, belföldi és nemzetközi tanulmányutak szervezésével, szakmai konferenciák szervezésében való együttműködéssel, előadások tartásával és szakmai**



**Magyar Turizmus Zrt.**  
1115 Budapest, Bertók Béla út 105-113.  
Tel.: (06-1)488-8700 • Fax: (06-1)488-8600  
E-mail: info@itthon.hu • www.itthon.hu

**hírlevelek kiküldésével.** Az MT Zrt. 2010-ben is folytatta az együttműködést a Spa&Wellness – Egészség, Turizmus és Életmód Kiállítás szervezőivel.

Magyarország gazdag egészségturisztikai kínálatáról és a Magyar Turizmus Zrt. egészségturisztikai tevékenységéről bővebb információ a Társaság <http://wellness.itthon.hu> oldalán olvasható.

## **KERÉKPÁROS TURIZMUS**

### ✓ **Bringázz a munkába! kampány**

A kampány a Magyar Kerékpárosklub és a Közlekedési, Hírközlési és Energiaügyi Minisztérium szervezésében, a Magyar Turizmus Zrt. szakmai együttműködésével valósult meg- 2010. március 29. és április 30. Az MT Zrt. a kampány őszi, szeptember 16-i kampánynyitó rendezvényén is várta az érdeklődőket.

### ✓ **Bringára fel itthon! - Megjelent a Magyar Turizmus Zrt. országos kerékpáros térképe**

## **FALUSI TURIZMUS**

### ✓ **Az MT Zrt. két rangos folklórrendezvényen (a Mesterségek Ünnepén és a Summerfest Nemzetközi Folklórfesztivál keretében) is várta turisztikai információval a látogatókat.**

### ✓ **Hazajáró Falu Fesztivál - Egerszalók, 2010. szeptember 11. az MT Zrt. részvételével**

### ✓ **Hazajáró Hét országos akció**

2010. október 29. és november 7. között zajlott a Falusi és Agroturizmus Országos Szövetsége (FATOSZ), valamint a Magyar Turizmus Zrt. **Hazajáró Hét** néven meghirdetett közös, a falusi turizmust népszerűsítő akciójának első része. A tíznapos program során több száz szolgáltató várta akciós ajánlattal vendégeit. A Hazajáró Hét őszi szünetre időzített akciójának lényege az volt, hogy a falusi, illetve ifjúsági szállásadók, kempingek, boros-, bio-, kézműves porták, pálinkafőzdekek vagy tájházak a megjelölt időszakban jelentős, minimum 10%-os kedvezményt biztosítottak a szálláshely vagy egyéb szolgáltatásaik árából. A kampányhét ideje alatt juthattak hozzá a vendégek a **Hazajáró Kártyához**, amely a Hazajáró Hetet követően 2011. május 31-ig további kedvezményekre jogosít bármelyik, az akcióban részt vevő több mint 500 szolgáltatónál. A szolgáltatók lehetőségeikhez mérten ajánlják a kedvezményeket a hazajáró Kártya felmutatójának. A kedvezmény lehet például egy ingyen kenyérlángos, rétes, egy pohár bor vagy pálinka, esetleg tárlatvezetés, kerékpárkölesőzés. Az akcióhoz csatlakozott közel ötszáz szolgáltató megtalálható 2011. május 31-ig a [www.hazajaro.hu](http://www.hazajaro.hu) oldalon.

## **ÖKOTURIZMUS**

### ✓ **KvVM-mel közös kampány „Az év ökoturisztikai létesítménye” cím elnyerésére**

### ✓ **Az ökoturizmust népszerűsítette az MT Zrt. a Föld napján (A Zrt. értékes nyereményekkel várta az érdeklődőket, továbbá turisztikai információkkal és kiadványokkal segítette a látogatókat utazási döntésük meghozatalában.)**

### ✓ **Magyar Nemzeti Parkok Hete:** A Magyar Turizmus Zrt., e népszerű rendezvény által kínált alkalmat is megragadta arra, hogy a teljes hazai turisztikai kínálatot bemutató kiadványokkal és turisztikai totóval várja a látogatókat.

### ✓ **Utánnyomásra került az MT Zrt. 52 túra 52 hétvége c. kiadványa 3000 példányban.**

- ✓ **A Magyar Turizmus Zrt. is ott volt az Autómentes Napon** 2010. szeptember 18-án.
- ✓ 2010. november utolsó szombatján került sor a **Tatai Vadlúd Sokadalomra**, amelyen az MT Zrt. turisztikai kiadványokkal várta az érdeklődőket.

#### **KORCSOPORTOS, IFJÚSÁGI TURIZMUS**

- ✓ **Cserkésztalálkozó**

2010-ben hazánkban került megrendezésre augusztus 1-11. között a Közép-Európai Cserkésztalálkozó. A rendezvényre több mint tíz országból érkeztek a cserkészcsapatok. A táborban egymás kultúrájával, országaival ismerkedhettek meg az érdeklődők. A találkozóra a Magyar Turizmus Zrt. idegen nyelvű kiadványokat, plakátokat biztosított, 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, kétéjszakás vouchert sorsolt ki a Zrt. a külföldi cserkészek között, a díjátadásra augusztus 8-án került sor.

#### **HIVATÁSTURIZMUST NÉPSZERŰSÍTŐ MARKETINGAKCIÓK**

- ✓ **A Magyar Turizmus Zrt. Magyar Kongresszusi Irodájának belföldi tanulmányútjának** keretében, 2010. április 28-30. között az észak-magyarországi régió hivatásturisztikai kínálatát ismerhették meg a meghívott szakemberek.

#### **EGYÉB TURISZTIKAI TERMÉKEKHEZ KAPCSOLÓDÓ MARKETINGAKCIÓK**

- ✓ **Sport Nagyköveti Program**

A Magyar Turizmus Zrt. a jelenlegi Nemzetgazdasági Minisztérium Turisztikai Főosztályával és a jelenlegi Nemzeti Erőforrás Minisztérium Sportért felelős Államtitkárságával közösen 2008-ban indította el a Sport Nagyköveti Programot. A Program **célja**, hogy Magyarországon minél több olyan nemzetközi sportesemény kerüljön megrendezésre, amelyek a magyar sport- és gazdasági életet gazdagítják, hozzájárulnak az ország pozitív nemzetközi megítéléséhez, továbbá közvetlen és közvetett módon erősítik hazánk turizmusát. A Program keretében a **hazai sportszakmai szervezetek az adott nemzetközi sportesemény Magyarországon történő megrendezési jogának elnyeréséhez, a nemzetközi szervezethez való pályázás folyamatához** szükséges szakmai és anyagi hozzájárulásra pályázhatnak.

2010-ben 4 pályázat érkezett be a Programra, ebből egyet az MT Zrt. érvénytelenített, mert nem felelt meg a felhívásban foglalt követelményeknek. A Magyar Judo Szövetség pályázata pozitív elbírálásban részesült, 1,3 millió Ft megítélését javasolta a Bíráló Bizottság a szövetség részére, míg a másik kettő pályázat (Magyar Kézilabda Szövetség – 2014 Férfi Kézilabda Eb, Magyar Atlétikai Szövetség – 2012 Mezei Futó Eb) sorsáról a bizottság forráshiány miatt nem döntött. A Programot a Társaság 2010 júniusában felfüggesztette.

2008 óta **10 sportszövetség összesen 14 pályázatot nyújtott be**. Eddig összesen **17,546 millió forintnyi támogatás** került megítélésre.

**A Magyar Turizmus Zrt. új vezetése kiemelt figyelmet kíván szentelni a Sportnagyköveti Programnak.** A Magyar Kongresszusi Iroda **2011-ben újraindítja** a Sportnagyköveti Programot, melynek célja nemzetközi sportesemények Magyarországra hozatala, ezzel jelentős bevételi forrást biztosítva a turisztikai szakma számára. A társaság háromféle csomag összeállítását tervezi (arany, ezüst, bronz), amelyek a magyarországi sportszövetségek különböző szintű szakmai támogatását jelentik. A Konferencia-nagyköveti Programhoz hasonlóan itt is elkészül egy „bianco” pályázati anyag, melyet szükség esetén a társaság a szövetségek rendelkezésére bocsát.

Az MT Zrt. célja 2011-ben 3-5 nemzetközi sportesemény rendezési jogának elnyerése. E programba minden nemzetközi vállalat és sportszövetség hazai szervezetét partnerként várja a nemzeti turisztikai marketingszervezet.

- ✓ **Turisztikai promóció a Futsal Európa-bajnokság alkalmából**
- ✓ **Az MT Zrt. is népszerűsítette a hazai golfklubokban 2010. április 24-25-én lezajlott Nyílt Hétvégét** - A nemzeti turisztikai marketingszervezet többek között a <http://golf.itthon.hu/> oldalán, valamint az MTV 1-es csatornáján, az Itthon otthon van c. belföldi turisztikai programajánlóban is felhívta az utazók figyelmét a hétvégi eseményre.

## **AZ MT ZRT. REGIONÁLIS MARKETING IGAZGATÓSÁGAINAK KIEMELT AKCIÓI**

/Az itt nem szereplő régiók és akcióik a beszámoló más részeiben (például Pécs2010 népszerűsítése) szerepelnek./

### **Baltoni Regionális Marketing Igazgatóság**

- ✓ **Balaton, a Fesztiváltenger**

Az MT Zrt. Baltoni Regionális Marketing Igazgatósága a Fesztiválok Éve alkalmából az éves marketingtervében rögzítetteknek megfelelően meghirdette a kiemelt fesztiválokot érintő, forgalomgeneráló céllal életre hívott **pecsétgyűjtő akcióját**.

- ✓ **Megújult a Balaton régió weboldala, a [www.gyereabalatonra.hu](http://www.gyereabalatonra.hu)**
- ✓ **Balaton, a meghitt varázslat” szlogennel fémjelzett kampány**

A Magyar Turizmus Zrt. Baltoni Regionális Marketing Igazgatósága 2009-2010 telén **„Balaton, a meghitt varázslat” szlogennel fémjelzett kampányával** a téli Balaton különleges világát, az egészségturisztikai lehetőségeket és a meghitt baltoni élményeket helyezte a kommunikáció középpontjába. Az üzenet elsősorban az online felületeken és a nyomtatott médiában jelent meg PR cikkek, programajánlók formájában.

- ✓ **„Tavaszi pezsgés a Balatonnál”**

A Baltoni RMI 2010 tavaszán „Tavaszi pezsgés a Balatonnál” szlogennel fémjelzett kampányával a baltoni tavasz élénk és sokszínű világát, a szezonindító fesztiválokot, tavaszünnepeket és az aktív turisztikai lehetőségeket helyezte a kommunikáció középpontjába. Március hónapban az üzenet elsősorban az online felületeken és a belföldi kiállításokhoz kapcsolódó nyomtatott médiában jelent meg PR cikkek, programajánlók, valamint kreatív hirdetések formájában. A „Tavaszi pezsgés a Balatonnál” kampány kiemelt akciója volt a Balaton7 elnevezésű előszezon programisorozat is.

- ✓ **Balaton7**

A Baltoni RMI 2010-ben, a Fesztiválok Évében is megrendezte a Balaton7 elnevezésű előszezon programisorozatát. A rendezvénysorozat célja, hogy mind a belföldi nagyközönség, mind pedig a szakma megismerje a régió elő-, illetve utószezon gazdag aktív és passzív szabadidős programlehetőségeit. Az eseménysorozat 2010-ben is május 2. hetében, május 7-16. között zajlott. Az eseménysorozat keretében **25 település 80 programot kínált** az ideérkező vendégek számára. A Balaton7 keretében az utazókat **30 település közel száz szálláshelye kedvezményes üdülési ajánlattal** is várta.

A Balaton7-re a Magyar Turizmus Zrt. is számos kommunikációs csatornáján keresztül felhívta a figyelmet. Az eseménysorozat népszerűsítése érdekében a Társaság **együttműködött az RTL Klub televízió csatornával**, továbbá az **EXIT és FUNZINE** országos és régiós rendezvényajánló különszámok tematikus hirdetéseit, programajánlói is a Balaton7 programjaira

csábítottak. A Zrt. intenzív **kültéri reklámkampányának** keretében az M7-es autópálya mellett gigatábla, Budapesten és az ország nagyvárosaiban pedig city light felületek és különböző plakátok is a régióba invitálták az utazókat. A Balaton7 eseményeit az MT Zrt. a **regionális vásárokhöz** kötődő helyi és régiós megjelenések alkalmával, továbbá **online felületeken** keresztül is népszerűsítette. A balatoni programokat a 200.000 példányban megjelenő **Itthon otthon van turisztikai melléklet májusi számából** is megismerhették az érdeklődők, amely többek között országos terjesztésű lapok mellékleteként, MOL töltőállomásokon és a Tourinform irodákban került terjesztésre.

- ✓ **BalatonBikeFest** kiemelt népszerűsítése
- ✓ **Nyári microsite a Balaton régió honlapján: nyári programok, kedvezményes üdülési ajánlatok**
- ✓ **Nagyszabású balatoni médiajelenlét a foci-világbajnokság alkalmából**

A nyár legjelentősebb médiajelenléte a foci-világbajnokság alkalmából valósult meg: a Balaton régió spotokkal jelent meg a televíziós közvetítéshez kapcsolódóan, emellett pedig az RMI Budapest két legnagyobb bevásárlóközpontjában is balatoni reklámokkal csatlakozott a mérkőzések óriás ledfalon történő kivetítéséhez „Balaton – a pályán kívül is telitalálat!” szlogenrel.

Az egész nyár folyamán látható volt az M7-es autópálya mellett kihelyezett balatoni gigaplakát, az outdoor megjelenést pedig city-light kampány is erősítette Budapesten. A kreatív hirdetések, PR megjelenések a régió nagyrendezvényeire, valamint a nagyfesztiválokat érintő, egész éves pecsétgyűjtő akcióra fókuszáltak.

- ✓ **Kalandjárat a Balatonon**

2010. június-júliusban a régióban forgatott a TV2 **Kalandjárat** c. műsora, amely a balatoni fesztiválokat, sportrendezvényeket és strandokat mutatta be a nézőknek.

- ✓ **Balaton régiót népszerűsítő buszjárat**

2009-hez hasonlóan 2010-ben is közlekedett transzferbusz a Badacsonyi Céh Turisztikai Egyesület és a régió borászainak együttműködésében a badacsonyi pincékhez naponta két alkalommal. A balatoni régiót népszerűsítő jármű az MT Zrt. **turisztikai arculatos képeivel volt befedve.**

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

A Balatoni RMI csatlakozott a Class FM nyári hétvégéket felölelő vízparti road showjához. A kampány keretében a 28-32. hét között balatoni szpotok hangzottak el a speciális hétvégék beharangozójában, illetve a kitelepülésekhez kötődően balatoni molinók kerültek kihelyezésre, valamint a színpadnál több alkalommal is levetítették a balatoni kisfilmet.

- ✓ **„Balaton – Lakta-tó” elnevezésű kampány**

A nyárutón, valamint ősszel a Balatoni RMI marketingtervével összhangban az utószezonai ajánlatok mellett a bor és gasztronómiai ünnepek, valamint az aktív és a wellness lehetőségek kerültek a kommunikáció középpontjába.

- ✓ **Változatos megjelenésekkel népszerűsítették a Balaton régió őszi kampányát**

2010. október közepétől az RTL Klub nagyszerű produkciójában, az X-Faktor c. tehetségkutató műsorsorozatban jelent meg folyamatosan a Balaton régió turisztikai kínálata. A 10 hetes, intenzív TV-s jelenlét során szolgáltatói nyeremény-felajánlásokkal, őszi élményeket közvetítő üzenetekre koncentrálna, azokat kommunikálva igyekezett a Magyar Turizmus Zrt. Balatoni Regionális

Marketing Igazgatósága a régió őszi-téli kínálatára felhívni a figyelmet. A kampány kiemelt témája az egészségturizmus volt. Emellett az őszi nyomtatott médiumokban számos PR anyaggal találkozhattak az olvasók – úgymint a Haszon Magazin, Haszon Nők magazin, fitt.info magazin, az Üdülj itthon magazin vagy éppen a Horizon magazin Balatonról szóló cikkei –, amelyek a régió gasztró-, és borturizmusát helyezték előtérbe.

- ✓ **EDEN-nap a Balaton régióban (2010. november 3.)**
- ✓ **Wellness (és) ünnep a Balatonon**

#### **Gyógy- és wellness ajánlatok csábítanak a Balatonra**

A Magyar Turizmus Zrt. Balatoni Regionális Marketing Igazgatósága (RMI) téli kampányában a wellness lehetőségeket, az ünnep meghitt eltöltését, a Balaton régió kínálta programajánlatokat állította középpontba - a rendezvényajánlókat több országos lapban és kommunikációs csatornán jelenteti meg az RMI.

A régió honlapján önálló microsite-on jelentek meg a balatoni szolgáltatók téli, illetve ünnepi időszakra szóló ajánlatai, emellett pedig az adventi időszakban balatoni ajándéküppel, programajánló rovattal jelentkezett az RMI a honlap nyitóoldalán.

- ✓ **Évzáró partnerparti és Tourinform találkozó a Balaton régióban (2010. december 9.)**

#### **Budapest-Közép-Dunavidéki Regionális Marketing Igazgatóság**

- ✓ **Budapesti Téli Fesztivál kedvezményes csomagajánlatokkal**

A 2010. február 28-ig tartó Budapesti Téli Fesztivál keretében kedvezményes szállásajánlatokkal várta a vendégeket a Budapest-Közép-Dunavidék turisztikai régió. A 2009. novemberben a BTSZK Budapesti Turisztikai Szolgáltató Központ Nonprofit Kft., a Kulturális Munkacsoport és a Magyar Turizmus Zrt. Budapest-Közép-Dunavidéki Marketing Igazgatósága (BKD RMI) együttműködésében elindult Budapesti Téli Fesztivál a belföldi kedvezményes szálláscsomagokon kívül több mint 100 színes programmal várta a látogatókat. Az MT Zrt. Budapest-Közép-Dunavidéki Regionális Marketing Igazgatósága a Fesztivált a kampány utolsó hónapjában két új médiafelületen is népszerűsítette a régió vendégforgalmának erősítése érdekében. Vidéki nagyvárosokban city light plakátokon, a startlap.hu népszerű internetes oldalon pedig a belföldi szálláshelyek rovaton belül hívta fel a figyelmet a kedvezményes csomagajánlatokra.

- ✓ **Február 28. - Idegenvezetői Világnap az MT Zrt. közreműködésében**
- ✓ **„Vár a Dunakanyar”! akció**

2010-ben ismét sikeresen fogtak össze a Dunakanyar szolgáltatói a Vár a Dunakanyar akció keretén belül. A Magyar Turizmus Zrt. Budapest-Közép-Dunavidéki Regionális Marketing Igazgatósága szervezésében negyedik éve megvalósuló kampány elsődleges célja a Dunakanyar népszerűsítése a nyári főszezonon kívül. Az akcióhoz 25 szálláshely csatlakozott, amelyek április 1. és június 15. között két éjszaka árértékért hármat kínáltak a hosszú hétvégére érkező vendégeknek. A tavaszi akció közel 1500 vendégéjszakát generált a Dunakanyar szálláshelyein, főként a Budapest-Közép-Dunavidéki RMI online promóciós tevékenységének köszönhetően, amelynek középpontjában a [www.varadunakanyar.hu](http://www.varadunakanyar.hu) weboldal állt. A honlapot a tavaszi kampány ideje alatt közel 50.000 látogató kereste fel, akik a kedvezményes szálláshelyeken és egyéb szolgáltatásokon túl a Dunakanyar programjairól, látnivalóiról és természeti értékeiről is találhattak hasznos információt. A jelentős érdeklődésre való tekintettel az RMI az akciót követően is, egész éven át üzemelteti a weboldalt.

A kampányra a [www.varadunakanyar.hu](http://www.varadunakanyar.hu) oldal mellett a [www.startlap.hu](http://www.startlap.hu) portál belföldi utazás rovatában is felhívta az RMI a figyelmet, továbbá Google Adwords és Etarget felületeken szponzorált linkek formájában is megtalálható volt a kampány hirdetése. Figyelemfelkeltő banner

került elhelyezésre az MT Zrt. központi ([www.itthon.hu](http://www.itthon.hu)) és a BKD RMI oldalán ([www.budapest-regio.hu](http://www.budapest-regio.hu)), továbbá az RMI élt a partnerek adta kereszt-link lehetőségével is. ([www.budapestinfo.hu](http://www.budapestinfo.hu)) A „Vár a Dunakanyar” akcióról az érdeklődők az MT Zrt. „Itthon otthon van” turisztikai programajánló magazinjában is olvashattak, továbbá a Klubrádió és az InfoRádió turisztikai magazinjai is beszámoltak a kampányról.

✓ **„Szimplán egy duplát” akció**

2010. június 15-én indult el 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 várta az érdeklődőket, a legkülönlegesebb nyári szabadtéri helyszíneken, melynek promócióját a BTSZK Budapesti Turisztikai Szolgáltató Központ Nonprofit Kft. koordinálta. Az RMI akciójának keretében 47 budapesti szálláshely kínálta kétágyas szobáit egyágyas áron a Fesztivál bármely rendezvényére szóló jegyét felmutató vendégeknek. A „Szimplán egy duplát” akció egészen augusztus végéig tartott.

✓ **Dunakanyar útikönyv jelent meg az MT Zrt. együttműködésével**

✓ **„Vár a Dunakanyar!” akció 2010 őszén is**

A Magyar Turizmus Zrt. Budapest-Közép-Dunavidék Regionális Marketing Igazgatósága a Dunakanyar turisztikai szolgáltatóinak közreműködésével 2010 őszén ismét meghirdette a „Vár a Dunakanyar” akciót. Az őszi kampány keretében **október 1. és november 30. között két éjszaka árért hármat lehetett eltölteni a Dunakanyarban**, az akcióban részt vevő szálláshelyszolgáltatóknál. A kampányhoz éttermek és egyéb programgazdák is csatlakoztak kedvezményes áraikkal. Az őszi „Vár a Dunakanyar” akció újdonsága az volt, hogy a szálláshelyek a kedvezményes 2=3 ajánlaton kívül gyógyászati vagy wellness szolgáltatást is kínáltak a Dunakanyarba látogató vendégeknek.

✓ **EDEN Információs napot tartottak a Budapest-Közép-Dunavidék régióban (2010. december 1.)**

✓ **Tourinform találkozó a Budapest-Közép-Dunavidék turisztikai régióban**

**Dél-Alföldi Regionális Marketing Igazgatóság**

✓ **Sikeres megjelenés a Belgrád IFT kiállításon, 2010. február 24-28.; több mint 60.000 látogató**

✓ **Magyarország-bemutakozás Belgrádban** a Belgrádi Kereskedelmi Kamarával és az ITD Hungary Zrt. belgrádi irodájával együttműködésben; 2010. május 4-én.

✓ **Szerb kampány:** 2010. május 15-22. között zajlott a Novi Sad-i mezőgazdasági kiállítás;

✓ **A Dél-Alföld régió turisztikai kínálata is bemutatkozott Szabadkán** a 2010. augusztus 26-29. között megrendezett Szabadkai Nemzetközi és Regionális Gazdasági Vásár keretében.

✓ **Az Alföld turisztikai kínálata az újvidéki Novi Sad Tourism Fair-en** (2010. szeptember 28. és október 1.)

✓ **Dél-Alföld – Minden ízében (és vizében) élmény! kampány**

A Magyar Turizmus Zrt. Dél-alföldi Regionális Marketing Igazgatósága nagyszabású marketingkampánnyal csatlakozott a 2010. október 28-31. között 14. alkalommal megrendezett Csabai Kolbászfesztiválhoz. A fesztiválszervezők célja az volt, hogy a városba érkező több tízezer

vendég megismerkedjen a környék épített örökségével és igénybe vegye a térség fürdőinek szolgáltatásait is, miközben jól érzi magát Magyarország egyik legnépszerűbb gasztronómiai fesztiválján. Az MT Zrt. a fesztiválszervezők célját erősítve indította el a „**Minden ízében (és vízében) élmény!**” kampányát a dél-alföldi turisztikai régió népszerűsítése és az őszi, téli, tavaszi forgalom élénkítése érdekében. A kampányhoz csatlakozott **szolgáltatók kedvezményes ajánlatai** a Dél-alföldi régió aloldalaként működő kampányoldalon voltak elérhetők: [www.delalfold.info/elmeny](http://www.delalfold.info/elmeny). Az MT Zrt. Dél-alföldi Regionális Marketing Igazgatósága a Csabai Kolbászfesztivál szervezőivel együttműködésben számos más promóciós eszközzel is felhívta a figyelmet a forgalomélénkítő kampányra: ezek között különböző nyomtatott és on-line média-megjelenésekkel, rádiós spot kampánnyal, valamint a Kolbászfesztivál nagyszínpadán felállított kivetítőn megjelenő reklámspotokkal és filmvetítésekkel népszerűsítette az akciót. Az MT Zrt. jól ismert Fesztiválbuszán és a helyi Turizmus-pontokon a régiót bemutató prospektusokat is terjesztettek a fesztivál teljes időtartama alatt. A Kolbászfesztivál nagyszínpadán az esti főműsor előtt négy alkalommal – a régió turisztikai szolgáltatóinak jóvoltából – nyereménysorsolásra került sor.

- ✓ **Dél-Alföld – Minden vízében élmény c. kiadvány** – 15.000 példányban jelentette meg az RMI a régió fürdőit és egészségturisztikai létesítményeit bemutató új, magyar nyelvű kiadványát
- ✓ **Évet zárt és újabb „vizes“ fejezetet nyit a dél-alföldi turizmus**

A Magyar Turizmus Zrt. Dél-alföldi Regionális Marketing Igazgatóságának meghívására mintegy 80 szakmabeli gyűlt össze 2010. december 16-án, Hódmezővásárhelyen, a Best Western Hotel Ginkgo Sas\*\*\*\* konferenciatermében a régió évzáró szakmai rendezvényén.

Az esemény záróakkordjaként stratégiai partnerséget megalapozó együttműködési szándéknyilatkozatot írt alá Körömöci Károly, a belgrádi Magyar Központ vezetője és Gulyás Péter az MT Zrt. Dél-alföldi RMI igazgatója. A rendezvényt nagy sajtóérdeklődés kísérte mind a hazai mind pedig a vajdasági sajtó – pl.: Szabadkai Rádió, Hét Nap hetilap, Vajdaság Ma hírportál – részéről.

### Észak-Alföldi Regionális Marketing Igazgatóság

- ✓ **A fesztiválok utcájában mutatkoztak be az Észak-Alföld jeles fesztiváljai 2010.** április 24-én, a Hortobágyon
- ✓ **„Régi idők fürdői” - Fotópályázatból vándorkiállítás**
- ✓ **Az észak-alföld régió értékei mutatkoztak be a II. Észak-alföldi Régió Napján**
- ✓ **Szeptemberben zárult az MT Zrt. Észak-Alföld Regionális Marketing Igazgatóságának pecsétgyűjtő akciója**

A „**7 pecsétetes fesztiválkártya**” keretében áprilistól szeptemberig 7 fesztiválon lehetett pecsétet gyűjteni, és már 1-2 pecsét is elegendő volt ahhoz, hogy a fesztiválkártya tulajdonosa jogosult legyen az akcióhoz csatlakozott régiós szálláshelyek, fürdők által kínált kedvezmények igénybevételére, valamint kedvezményes fesztiválbelépőkre.

- ✓ **EDEN-nap az Észak-Alföld régióban (2010. november 16.)**
- ✓ **Gyógyító hétköznapi nyugdijasoknak**

2010. október 1-től december 17-ig tartott a Magyar Turizmus Zrt. Észak-Alföldi Regionális Marketing Igazgatósága (RMI) „Gyógyító hétköznapi nyugdijasoknak” elnevezésű akciója. A kampány keretében az RMI olyan **speciális üdülési ajánlatokat** állított össze a nyugdíjasok részére, amelyek kedvező árak mellett (négyet fizet, ötöt kap) mindenki részére ingyenesen

biztosítottak egy frissítő masszázst is. Az ötéjszakai csomagajánlatok vasárnapi érkezéssel voltak igénybe vehetők, ezzel is erősítve a hétköznapok vendégforgalmát. Az akció sikerét egyhónapos citylight kampány, internetes, valamint megyei napilapokban való média-megjelenések is segítették.

✓ **„Ajándékozzon utazást!” kampány**

A Magyar Turizmus Zrt. Észak-Alföldi Regionális Marketing Igazgatósága (RMI) „Ajándékozzon utazást!” elnevezésű akciójában 2010 novemberében összegyűjtötte a régió szolgáltatóinak – karácsonyra ajándékozható – üdülési ajánlatait. A meglepetés így lehetett egy wellness hétvége, gyógyüdülés vagy akár egy disznótoros program is az észak-alföldi régióban. Az ajánlatokat az RMI elsősorban internetes megjelenésekkel (noiportal.hu, babanet.hu, bababirodalom.hu, vendegvaro.hu, manetrendek.hu) népszerűsítette, de a kampányra köztéri hirdetések is (100 db plakát Budapesten) felhívták a figyelmet.

**Észak-Magyarországi Regionális Marketing Igazgatóság**

✓ **„Kóstold meg Észak-Magyarország ízeit!” kampány:** A Magyar Turizmus Zrt. Észak-magyarországi Regionális Marketing Igazgatóságának játéka keretében az érdeklődők kedvenc receptjüket vagy régiós élményüket küldhették be az RMI-nek értékes nyereményekért 2010. február 15. és június 30. között.

✓ **Észak-magyarországi roadshow Lengyelországban 2010. március 9-12.**

✓ **Az Észak-magyarországi régió EXIT különszáma**

✓ Az Észak-magyarországi RMI a 2010-es Fesztiválok Éve alkalmából **Fesztiválbuszt** indított az egeri Eszterházy Károly Főiskola közreműködésével. A Fesztiválbusz több belföldi kiállításon és vásáron is jelen volt, ahol a régió egyedi attrakcióira, akciós ajánlataira, a 2010-es a Fesztiválok Éve keretében megrendezett programokra, rendezvényekre hívta fel a figyelmet.

✓ **VizesKEDDj akció Észak-Magyarországon!**

A Magyar Turizmus Zrt. Észak-Magyarországi Regionális Marketing Igazgatósága 2010-ben immáron harmadik alkalommal hirdette meg a nagy sikernek örvendő VizesKEDDj elnevezésű akcióját, amelynek keretében 2010 szeptemberében a hónap minden keddjén **50%-os kedvezménnyel** látogathatták meg az érdeklődők az akcióhoz csatlakozott fürdőket Egerben, Egerszalókon, Mezőkövesden és Miskolctapolcán! A fürdés után pedig a csatlakozott éttermekben szintén 50 %-os áron fogyaszthattak el egy vacsorát. A szálláshelyek kedvezményes csomagajánlatokkal várták a vendégeket, akik ajándékba fürdőbelépőt vagy plusz egy éjszakát kaptak.

✓ **Borkirálynő választás Észak-Magyarországon**

A Magyar Turizmus Zrt. Észak-Magyarországi Regionális Marketing Igazgatósága kiemelten népszerűsítette a Tarcalon 2010. augusztus 20-21-én megrendezett III. Országos Borkirálynő Választást.

✓ **Már 5 nyelven–** angol, német, lengyel, román és szlovák – **elérhető az észak-magyarországi régió turisztikai portálja**, a [www.eszakmagyarorszag.hu](http://www.eszakmagyarorszag.hu) oldal.

✓ **Észak-Magyarország és Kassa együttműködése a Kassa2013 Európa Kulturális Fővárosa projekt kapcsán**

2013-ban Kassa lesz Európa egyik Kulturális Fővárosa. A Magyar Turizmus Zrt. Észak-Magyarországi Regionális Marketing Igazgatósága (RMI) szeptember 17-én, Kassán elindította a

turisztikai szakmai kapcsolatfelvételt és az egyeztető megbeszéléseket a Kassa2013 projekt kapcsán a szlovák partnerekkel, többek között a kassai TDM tagokkal, a Kassa2013 projektmenedzsereivel, valamint Kassa megye idegenforgalmi szakembereivel.

A felek megállapodtak abban, hogy későbbi tematikus egyeztetéseket, közös kommunikációs tevékenységeket, a repülőterek (kassai, debreceni, budapesti) marketingterületen megvalósítható együttműködési lehetőségeit, a közös turisztikai IT rendszerek megvalósítását, továbbá az észak-magyarországi régióban lévő TDM-ek és a kassai TDM közötti kapcsolatfelvételt is szorgalmazni fogják.

A jó határ-menti együttműködésekkel, partnerséggel és azzal, hogy a Kassa2013 projekt elképzelései valóra válhatnak néhány év múlva, várhatóan turisztikai szempontból jelentős eredmények szülehetnek mind a szlovák, mind pedig az észak-magyarországi turisztikai szolgáltatóknál.

#### ✓ **Eredményes lengyel tanulmányút Észak-Magyarországon**

2010. december 8. és 11. között húszfős utazási irodai szakemberekből álló csoport látogatott a régióba. A tanulmányutat a Magyar Turizmus Zrt. Észak-magyarországi Regionális Marketing Igazgatósága szervezte szoros együttműködésben a helyi TDM szervezetekkel, turisztikai szolgáltatókkal és az MT Zrt. lengyelországi külképviseletével. A programsort egy workshop zárta, amelyen a régió szolgáltatói mutathatták be magukat, lehetőséget nyitva új és hosszan tartó kapcsolatok kialakítására a lengyel kollégákkal. Az itt eltöltött időt hasznosnak és eredményesnek ítélték a lengyel és hazai szolgáltatók egyaránt.

#### **Közép-Dunántúli Regionális Marketing Igazgatóság**

##### ✓ **Teljesen megújult a Király(i) Honlap**

Új funkciókkal, arculattal és tartalommal bővült 2010-ben a Magyar Turizmus Zrt. Közép-Dunántúli Regionális Marketing Igazgatóságának (KD RMI) honlapja, a [www.kiralyoknyomaban.hu](http://www.kiralyoknyomaban.hu) oldal. A Zrt. központi, [www.itthon.hu](http://www.itthon.hu) portáljának arculatát, struktúráját és adatbázisát átvéve, a helyi jellegzetességekkel és specialitásokkal kiegészítve, a Közép-Dunántúl régió weblapja csatlakozott az itthon.hu honlapcsaládhoz.

A Király(i) Régió turisztikai kínálata a Facebookon is jelen van, a közösségi portálon hetente legalább öt új hír érhető el a régióról a rajongók számára. Ezen kívül a régiós honlap RSS kapcsolatán keresztül minden új feltöltés megjelenik a Facebook oldalon is. A honlap szakmai oldallal is bővült, hogy mind a turizmusban dolgozók, mind pedig a médiumok képviselői tájékozódhassanak a KD RMI tevékenységéről, illetve a régiós megjelenésekről, valamint a régió turisztikai helyzetéről.

✓ **A közép-dunántúli régió kiemelt és konkrét téli ajánlatokat kínált Ausztria legnépszerűbb turisztikai portálján, a [www.urlauburlaub.at](http://www.urlauburlaub.at) -n.**

✓ **Közép-dunántúli utazási ajánlatokkal találkozhattak az érdeklődők a WestEndben öt héten át - 2010. november 15. és december 19. között.**

#### **Nyugat-Dunántúli Regionális Marketing Igazgatóság**

##### ✓ **Virágzó Nyugat-Dunántúl kampány**

2010 tavaszán a Nyugat-dunántúli turisztikai régió a „Virágos Magyarországért” környezetszépítő verseny szelleméhez csatlakozva a régió virágos értékeinek felfedezésére invitálta a turistákat. A „Virágzó Nyugat-Dunántúl” elnevezésű kampány keretében a régió számos szálláshelye kínált kedvezményes csomagajánlatot, emellett virágzó Natúrpark, Nemzeti Parkok és arborétumok, valamint a virágokhoz kötődő rendezvények is várták a régióba látogató vendégeket. A Magyar Turizmus Zrt. külön kiadványt is készített a kampányra, amely elérhető volt többek között a

MOL kutaknál, kiállításokon és EST pontokon. A kampány keretében 13 település 37 szálláshelye várta kedvezményes csomagajánlatokkal a vendégeket.

- ✓ **Nyugat-Dunántúl a Stargardenen:** A Budapesten megrendezett Stargarden elnevezésű fesztivál szervezői partnerségének köszönhetően, közösen jelent meg az eseményen a Magyar Turizmus Zrt. Nyugat-Dunántúli Regionális Marketing Igazgatósága, a Soproni Turizmusáért Egyesület, a Soproni Bormarketing Kft. és a Tourinform iroda működtetője, a Pro Kultúra Sopron Kft.
- ✓ **2010 júniusában a nyugat-dunántúli régióval ismerkedtek szlovák női magazinok újságírói**

### Tisza-tavi Regionális Marketing Igazgatóság

- ✓ **Tisza-tavi jégtúrára csábított az MT Zrt. és a Tisza-tavi Turizmus Fejlesztő Egyesület**
- ✓ **Fesztiválok Éve Fórum a Tisza-tavi régióban: 2010. február 9.**
- ✓ **Féláras akció a Tisza-tónál: forgalomélénkítő kampány 2010. február - március**

Az akció keretében a kampányhoz csatlakozó szálláshely vállalta, hogy a szálláshely listaárából 50%-os kedvezmény nyújt, illetve további kedvezményeket ad az egyéb programlehetőségekből.

A régióra és az akcióra január végén és február elején a TV2 Napló című műsorában, az RTL Klub és az M1 csatornákon, továbbá az üdülési csekk hivatalos honlapján, valamint egyetemi lapokban és hallgatói portálokon is felhívták a figyelmet.

- ✓ **Tisza-tó Napja 2010**
- ✓ **Tisza-tavi kerékpáros fesztivál névadó pályázat**
- ✓ **Megújult a Tisza-tavi régió weboldala, a [www.tiszatoinfo.hu](http://www.tiszatoinfo.hu)**
- ✓ A debreceni **Tourinformos Típek Turistáknak** rendezvénysorozat részeként 2010. április 12-16. között a Tisza-tavi régió mutatkozott be a debrecenieknek a Magyar Turizmus Zrt. Tisza-tavi Regionális Marketing Igazgatóságának szervezésében. A hét folyamán betérő vendégeket Tisza-tavi informátorok tájékoztatták a régió kirándulási lehetőségeiről, programjairól, rendezvényeiről, kedvezményes szállásokról, valamint gyalogos, kerékpáros és lovas túraajánlatokról. Az érdeklődők nyereményjátékon is részt vehettek egy Tisza-tavi TOTO kitöltésével.
- ✓ A Magyar Turizmus Zrt. szakmai koordinálásával újabb túraeszközök beszerzésével fejlődött 2010 áprilisában a Tisza-tavi Túraközpont Hálózat.
- ✓ **Tisza-tavi road show a nyugat-dunántúli régióban:** A nyár elején elindult program során három kiemelt város – így Kaposvár, Zalaegerszeg és Szombathely – központi területén akciókkal, bemutatókkal és látványosságokkal várták az érdeklődőket.
- ✓ **Regionális Tourinform értekezlet a Tisza-tavi régióban (2010. október 13.)**
- ✓ **Tisza-tavi Ki-mit-tud?**

A Magyar Turizmus Zrt. és 5 további szakmai szervezet – Közép-Tiszai Környezetvédelmi és Vízügyi Igazgatóság, Tisza-tavi Sporthorgász Nonprofit Közhasznú Kft., Tisza-tó Fejlesztési Kft., Tiszai Vízügyi Rendőrkapitányság, Hortobágyi Nemzeti Park Igazgatóság – a korábbi évekhez hasonlóan 2010. októberben ismét újtárra indította a Tisza-tavi Ki-mit-tud? c. vetélkedőt, amely elméleti és gyakorlati feladatsorokból áll. A gondolkodtató, alkotásra és kutakodásra buzdító feladatok olyan háromfős csapatoknak készültek, akik ebben a tanévben 6. osztályosok.

A verseny hat írásbeli fordulóból áll. Az összesítésben legjobbnak bizonyuló hat csapat bekerül a döntőbe, amelyet 2011 májusában rendeznek meg a „Tisza-tó napja” rendezvénysorozat keretében Abádszalókon.

- ✓ **Tisza-tavi szezonértékelő fórum és EDEN információs nap (2010. november 25.)**

## **TOVÁBBI BELFÖLDI AKCIÓK**

- ✓ **Tematikus hónapok Debrecenben**

A **Debreceni Tourinform iroda** 2010 januárjában kampányt indított, melynek során a Magyar Turizmus Zrt. tematikus éveivel hasonlóan **tematikus hónapok** keretében kívánták bemutatni hazánk természeti, kulturális értékeit és turisztikai kínálatát. Az **egész évet átfogó kampány** keretében a Magyar Turizmus Zrt., a Tourinform Irodák, és az idegenforgalmi szolgáltatók által készített és hozzájuk eljuttatott, az adott hónap témájához kapcsolódó kiadványokat, szóróanyagokat, illetve plakátokat kiemelt helyen tették közzé és hozzáférhetővé irodájukban. A kampányban együttműködő partnerek lehetőséget kínáltak továbbá a témához kapcsolódó szolgáltatók, intézmények, kézművesek, stb. személyes bemutatkozására is.

- ✓ **A turisztikai régiók is bemutatkoztak a Nemzeti Vágtán**

2010-ben öt napon keresztül, még több programmal és versennyel várta a látogatókat a Nemzeti Vágta. **A nagyszabású rendezvényen az ország valamennyi turisztikai régiója is bemutatkozott a Magyar Turizmus Zrt. szervezésében.** A 9 turisztikai régió 4 sátorban jelent meg a Vágta Korzón június 5-én és 6-án. A sátrakban, ahol közel 14.000 db turisztikai kiadvány és szóróajándékok várták a látogatókat, a Magyar Turizmus Zrt., valamint Tourinform irodák munkatársai adtak szóbeli tájékoztatást a belföldi utazási lehetőségekről.

- ✓ **You are here... - Újfajta információs táblarendszer Budapesten**

2010. júniustól 14 egységből álló turisztikai információs térképrendszer segíti a budapesti metróállomásokon és a főbb turisztikai csomópontokon a külföldi és belföldi látogatókat.

A You are here (Ön itt áll) típusú táblákon található részletes térkép megmutatja a turista aktuális tartózkodási helyét, a környezetében lévő főbb látnivalókat, valamint az ajánlott sétaútvonalakat. Emellett a fotókkal és grafikai elemekkel illusztrált információs táblákon megtalálhatók a különböző BKV jegytípusok és egyéb hasznos turisztikai információk (pl. legközelebbi Tourinform irodák) is.

A projekt a BTSZK Budapesti Turisztikai Szolgáltató Központ Nonprofit Kft., a BKV Zrt., a Turisztikai Szakállamtitkárság, valamint a Magyar Turizmus Zrt. együttműködésében valósult meg. A táblák karbantartását, és az információk folyamatos aktualizálását a későbbiekben a BTSZK végzi majd.

## **KÜLFÖLD**

### **Szlogen: „A love for life”**

A nemzetközi piacokon végzett aktív marketingmunka a társaság külképviselőin zajlott 2010-ben is.

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

## LÉGI MARKETING ALAP

A Magyar Turizmus Zrt. egyik legjelentősebb feladatának tartja, hogy javuljon Magyarország mint turisztikai desztináció megközelíthetősége, elérhetősége. A légi forgalom fejlesztése, valamint hazánk turisztikai kínálatának népszerűsítése érdekében az MT Zrt. újrászervezte a járatindításokat ösztönző Légi Marketing Alapot (LMA), melynek keretében a Zrt. a hazai szolgáltatókkal való szorosabb együttműködésre helyezi a hangsúlyt. A légi közlekedés szereplőivel való hatékony kapcsolat elősegítésére az MT Zrt. új szervezetében, 2010 júliusától külön terület foglalkozik a légi közlekedést érintő stratégiai kérdésekkel.

A Magyar Turizmus Zrt. által újrászervezett LMA fejlesztésében a Társaság a turisztikai szolgáltatók mellett számít Budapest Főváros és a BTSZK Nonprofit Kft. együttműködésére a hatékonyabb marketingaktivitás kifejtése érdekében.

- ✓ **Stratégiai marketing együttműködési megállapodást írt alá a Magyar Turizmus Zrt. és a Budapest Airport Zrt.**

2010. december 1-jén stratégiai marketing együttműködési megállapodást írt alá a Magyar Turizmus Zrt. és a Budapest Airport Zrt. Az együttműködés célja, hogy növekedjen a Magyarországra és Budapestre tartó légiforgalom továbbá, hogy új európai és közel-keleti járatok, majd újabb észak-amerikai és ázsiai járatok érkezzenek a magyar fővárosba. Ennek érdekében a társaságok összehangolják marketingtevékenységüket, közös marketingakciókat hajtanak végre és egyeztetik egymással kommunikációs üzeneteiket azokon a küldőpiacokon, ahonnan új repülőjárat indítását várják. A közös marketingtevékenység célja Magyarország mint turisztikai célterület népszerűsítése a megcélzott küldőpiacokon a Légi Marketing Alap segítségével, a potenciális új járatok mind jobb kihasználtságának biztosítása érdekében. A turizmusmarketing hatékonyságának további növelése céljából a Magyar Turizmus Zrt. koordinációs szerepet is vállal az ITD Hungary, a Külügyminisztérium, illetve más külképviseletek és nemzeti marketing-szervezetek között.

Az új járatok indítását elősegítő közös marketingtevékenységhez a Magyar Turizmus Zrt. az éves költségvetéséből marketingtámogatást különít el, amelynek nagysága az új járat kapacitásától és gyakoriságától, valamint a vendégéjszakák várható számától függ. A Budapest Airport a légitársaságoknak meghirdetett kedvezményrendszerével járul hozzá a közös célhoz.

Magyarország mint turisztikai célterület ismertségének növelése érdekében a két társaság közös marketingakciókat bonyolít le: **prezentációkat tartanak** a megcélzott régiókban a kiválasztott légitársaságok számára, **vendégül látják a potenciális új járatok döntéshozóit** a magyar fővárosban, Budapest Ferihegy Nemzetközi Repülőtér látogatásával egybekötött **média-tanulmányutakat** szerveznek, továbbá **együttműködnek** a társaságok által kiválasztott **járatfejlesztési konferenciák lebonyolításában**. A Magyar Turizmus Zrt. és a Budapest Airport Zrt. emellett **közös lépéseket** tesz annak érdekében, hogy **különböző járatfejlesztéssel foglalkozó eseményeket** (mint pl. a Routes Europe) a jövőben **Magyarországon rendezzenek meg**. A stratégiai marketing együttműködési megállapodás részeként a két társaság **egyezteteti légiközlekedési marketingstratégiáját**, légiközlekedéssel kapcsolatos **média- és vásári megjelenéseit, kommunikációs üzeneteit**, valamint **megosztják egymással** a célok elérését segítő **kutatásokat és tanulmányokat** is.

A kibővített Légi Marketing Alapba a nemzeti turisztikai marketing-szervezet az utazási iparágban tevékenykedő, illetve érdekelt más vállalkozásokat és intézményeket is be kívánja vonni.

### AZ LMA 2010. évi eredményei:

- ✓ **A turisztikai összefogás első eredményeként 2011-től új légi járat köti össze Edinburgh-ot Budapesttel**

A Magyar Turizmus Zrt. a Budapest Airporttal való szoros együttműködésének eredményeként az Egyesült Királyság egyik fapados légitársasága, a Jet2.com, 2011-től heti három járatot közlekedtet Edinburgh és Budapest között. A Jet2.com légitársaság 2010. augusztus 26-án tett bejelentése értelmében 2011. április 21-től a Manchester mellett Edinburgh-ból is indít járatokat Budapestre. A Budapest-Edinburgh járatindítás egy év alatt több mint 30.000 vendégéjszakát generálhat a magyar fővárosnak. Ezzel a járattal Skóciában egy olyan vendégkör szólítható meg, akik magas színvonalú turisztikai szolgáltatásokat vesznek igénybe, és akik számára jelentős vonzerővel bír Budapest történelmi múltja, épített öröksége, sokszínű kulturális kínálata, valamint hazánk gasztronómiai értékei. Az új járat és Magyarország mint turisztikai célpont népszerűsítése érdekében az MT Zrt. a Jet2.com légitársasággal közösen, a szolgáltatók bevonásával intenzív kampányt folytat a kibővített LMA keretében.

#### ✓ Új járat az amerikai beutazó piac élénkítésére

Az American Airlines 2011 áprilisától (a főszezonban) napi közvetlen járatot üzemeltet Budapest és New York között. Az MT Zrt. részt vett az American Airlines járatnyitását elősegítő tárgyalásokon, és marketing együttműködést ajánlott a légitársaságnak. Az együttműködés fontos eszköze lesz a járatindításokat ösztönző Légi Marketing Alap (LMA), amelynek segítségével hatékonyabban népszerűsíthető Magyarország mint turisztikai desztináció az adott küldőterületen, jelen esetben az Egyesült Államokban, amely egyike Magyarországnak TOP10 küldőpiacának. Fontos szempont, hogy a New York-Budapest járattal az amerikai utazók közvetlenül is elérik Budapestet, ráadásul az USA-ban egy olyan vendégkör szólítható meg, akik magas színvonalú turisztikai szolgáltatásokat vesznek igénybe. Az új járat a főszezonban közel 40.000 vendégéjszakát generálhat hazánknak.

#### ✓ A KLM újraindította budapesti járatát

Mint ismeretes, a KLM Holland Királyi Légitársaság 2010. október 31-től újraindította a Budapest Ferihegy repülőtérre közlekedő járatát. Öt év után újra saját üzemeltetésű KLM járat indult a Budapest-Amszterdam útvonalon naponta háromszor. A KLM járatnyitása turisztikai szempontból is fontos esemény. Az új KLM járat és a nemzeti fuvarozó járatai együtt már napi öt alkalommal biztosítanak közvetlen légi összeköttetést Amszterdam és Budapest között, így egyrészt a Hollandiából utazók még kényelmesebben juthatnak el a magyar fővárosba, másrészt további, jelentős számú átszálló utas is elérheti Magyarországot.

A repülőtér üzemeltető Budapest Airport Zrt. üdvözölte a KLM döntését, a járat újraindítása érdekében pedig a kezdetektől fogva biztosította a legmagasabb fokú szakmai háttérrel a légitársaság számára. A Magyar Turizmus Zrt. ezért marketing együttműködést ajánlott a légitársaságnak, amelynek során a KLM-mel közös marketingakciók keretében népszerűsítik majd Budapestet mint turisztikai úti célt és az új járatot.

## **BUDAPEST ÉS KÖRNYÉKÉT NÉPSZERŰSÍTŐ KIEMELT MARKETINGAKCIÓK**

### **BUDAPEST WINTER INVITATION 2009/2010**

A Magyar Turizmus Zrt. 2009-ben negyedik alkalommal szervezte meg a Budapest Winter Invitation (BWI) téli forgalomélénkítő kampányt, amelynek célja ezúttal is Budapest mint turisztikai desztináció népszerűsítése, valamint a főváros utó- és előszezon vendégforgalmának növelése volt. Az akció lényege, hogy a két vagy három éjszakára érkező vendégek az utolsó éjszakát ingyen kapják. A kampányt a részt vevő partnerek a válság ellenére is sikeresnek ítélték, az erős online promóciónak és az Expedia nemzetközi utazási portállal való együttműködésnek köszönhetően: a részt vevő szállodák mintegy 32.000 vendégéjszakát regisztráltak, illetve az Expedia rendszerén keresztül 28.000 vendégéjszakát foglaltak a vendégek a BWI-partner szállodákban. A legtöbb vendég Nagy-Britanniából és Németországból érkezett. A megvalósult



**Magyar Turizmus Zrt.**  
1115 Budapest, Bertók Béla út 105-113.  
Tel.: (06-1)488-8700 • Fax: (06-1)488-8600  
E-mail: info@itthon.hu • www.itthon.hu

vendégéjszakák mellett, a kampánynak évek óta jelentős szerepe van Budapest mint turisztikai úti cél népszerűsítésében: az akció segítségével sok millió potenciális vendég ismerkedik meg a főváros és környéke turisztikai kínálatával a kampány promóciós eszközein keresztül. A BWI akcióhoz évről évre jelentős számú partner csatlakozik. A 2009/2010-es marketingakció együttműködő partnerei 53 budapesti szálloda, a Magyar Szállodaszövetség, a Magyar Turizmus Zrt., a BTSZK Nonprofit Kft., a Malév Zrt., a Budapest Airport Zrt., az Expedia nemzetközi vezető utazási portál és egyéb turisztikai szolgáltatók voltak. Az együttműködő partnerek megállapodtak abban, hogy folytatják az akciót, amelyhez újabb ötleteket, kampányelemeket keresnek.

A BWI eredményeiről részletesebb információ olvasható az MT Zrt. által kiadott tájékoztató anyagban, amely a <http://itthon.hu/sajtoszoba/hirek-2010/majus?&page1=1> linkre kattintva elérhető sajtóközleményeink között megtalálható.

## **BUDAPEST WINTER INVITATION 2010/2011**

A Magyar Turizmus Zrt. 2010-ben ötödik alkalommal szervezte meg a Budapest Winter Invitation téli forgalomélénkítő kampányt, amelynek célja Budapest mint vonzó turisztikai desztináció népszerűsítése, valamint a főváros utó- és előszezon vendégforgalmának növelése. Az idei kampány részleteiről a szervezők 2010. szeptember 21-én, a Kempinski Hotel Corvinus Budapest szállodában szakmai tájékoztatót tartottak. A rendezvényen az MT Zrt. vezérigazgatója, **Horváth Gergely** felhívta a figyelmet a szakmai együttműködés jelentőségére és kiemelte, hogy az értékesítés-orientált szemlélet jegyében a Társaság több, a BWI-hez hasonló kampányt szeretne megvalósítani a jövőben, amely a turisztikai szolgáltatók pénzügyi és szakmai együttműködésére épül. A korábbi BWI kampányok értékelését követően, Horváth Gergely hangsúlyozta, hogy a Magyar Turizmus Zrt. az idei évben megduplázza, 100 millió forintra emeli a kampány népszerűsítésére fordított költségvetését, így az akció tervezett összköltségvetése – a további partnerek hozzájárulásával – elérheti a 240 millió forintot.

A BWI kampány minden évben kiemelt stratégiai partnerek bevonásával valósul meg. **Az ötödik marketingakció együttműködő partnerei:** a Malév Zrt., a Magyar Szállodaszövetség, a Budapest Airport Zrt., a BTSZK Nonprofit Kft., a Budapest Gyógyfürdői Zrt., a Lastminute.com nemzetközi piacvezető utazási portál, a Legenda Kft, továbbá szállodák és egyéb turisztikai szolgáltatók, például éttermek, autókölcsönzők és programszervezők.

Az akció évente +25.000-60.000 vendégéjszakát eredményez a résztvevő partnerszállodákban, a november-márciusi időszakban.

**A BWI legfőbb célpiacai:** Németország, Egyesült Királyság, Franciaország, Ausztria, Olaszország, Spanyolország, Skandinávia, illetve Benelux államok, Csehország, Szlovákia, Románia, Lengyelország és Oroszország.

A 2010/2011-es BWI kampány 2010. november 15-én vette hivatalosan kezdetét. A 2011. március 31-ig tartó **akció megújult kampánycsomagja** – figyelembe véve, hogy az Új Széchenyi Terv a Gyógyító Magyarország Egészségipar programján belül az egészségturizmust helyezte középpontba – ingyenes fürdőlátogatást is tartalmaz, így a BWI vendégek fővárosunk egyéb nevezetességei mellett történelmi fürdőink gyógyító, pihentető hatásait is megismerhetik.

A kampány ismét számos kedvezménnyel csábítja az utazókat a magyar főváros téli turisztikai kínálatának felfedezésére. **A három vagy négy éjszakára érkező vendégek amellet, hogy**





**Magyar Turizmus Zrt.**  
1115 Budapest, Bertók Béla út 105-113.  
Tel.: (06-1)488-8700 • Fax: (06-1)488-8600  
E-mail: info@itthon.hu • www.itthon.hu

az utolsó éjszakát ingyen kapják, – a BWI akció újdonságaként – egy kuponokból álló vouchert is átvehetnek a kampányhoz csatlakozott szállodák recepcióján. Az egyes kuponokkal a vendégek egyszeri, ingyenes napi belépőt vehetnek igénybe a magyar főváros megjelölt történelmi fürdőinek – Gellért, Rudas vagy Széchenyi fürdő – valamelyikében, továbbá kedvezményesen vásárolhatnak Budapest Kártyát és vehetnek részt hajós, illetve buszos városnézésen. A szigorú sorszámozású, egységes, BWI arculatos voucherfüzeteket a Magyar Turizmus Zrt. az igényeknek megfelelően, folyamatosan biztosítja a partnerszállodák részére.

Az akció részleteiről az utazók az új arculati elemekkel bővülő BWI-honlapon, a [www.budapestwinter.com](http://www.budapestwinter.com) portálon olvashatnak. Az oldal – amely az eddigi évekhez hasonlóan 8 nyelven érhető el – a Malév járatfoglaló és a lastminute.com szállásfoglaló rendszerével is kiegészült.

### **Marketingeszközök**

Az ötödik Budapest Winter Invitation kampányt a Magyar Turizmus Zrt. számos marketingeszközzel népszerűsíti. Újdonság, hogy a Társaság 2010/2011-ben szorosan együttműködik a [lastminute.com](http://lastminute.com) portállal, amelynek keretében a nemzetközi piacvezető utazási weboldal brit, német, francia, spanyol, olasz, svéd, dán és norvég honlapjain önálló BWI microsite segíti a BWI-akcióhoz csatlakozott szolgáltatók, így Budapest téli turisztikai kínálatának értékesítését. További küldőpiacokon – Benelux államok, Ausztria, Oroszország, Lengyelország, Csehország, Szlovákia, Románia – a nemzeti turisztikai marketingszervezet a külképviseleteinek kommunikációs csatornáin keresztül csábítja az utazókat arra, hogy téli pihenésüket a magyar fővárosban töltsék. Az online megjelenések mellett Magyarország kiemelt küldőpiacain offline megjelenések és az MT Zrt. külképviseleteinek egyéb akciói is segítik a BWI kampány promócióját.

#### **✓ BWI turistaként fedezték fel a magyar fővárost a nemzetközi turisztikai szakma és média képviselői**

Több mint 30 nemzetközi újságíró és turisztikai szakembert invitált a Magyar Turizmus Zrt. Budapestre, hogy 2010. december 10-14. között közvetlenül is megtapasztalják a magyar főváros szépségeit és a Budapest Winter Invitation kampány nyújtotta kedvezményeket. A résztvevők olyan jelentős médiumokat képviseltek, mint pl. a német Welt, az osztrák Wiener Zeitung, a legismertebb országos lengyel napilap, a Gazeta Wyborcza, a spanyol Clara magazin, a legnagyobb példányszámú szlovén napilap, a Dnevnik, a cseh Právo napilap, a román Evenimentul Zilei, a szlovák Zivot hetilap, az orosz Tourism and Leisure magazin, az ukrán Viva, a brit Essex Chronicle, illetve a holland [www.vital.nl](http://www.vital.nl) és az olasz [www.viadelest.eu](http://www.viadelest.eu) portál képviselői.

A szakemberek az ötnapos program első állomásaként egy prezentáció során megismertkedtek az a BWI téli forgalomélénkítő kampány részleteivel, majd gyakorlati tapasztalatok szerzése érdekében fővárosi barangolásra indultak. Megtekintették a Parlamentet és a Citadellát, valamint elmélyültek a Budapesti Karácsonyi Vásár forgatagában. Másnap „kételtű” városnézésre indultak, majd a 2011-ben esedékes Liszt-bicentenárium kapcsán a világhírű zeneszerző nyomába eredtek, és többek között a komponista kedvenc ételét is elkészítették. Mivel a BWI utazók egyszeri, ingyenes napi belépőt vehetnek igénybe a magyar főváros megjelölt történelmi fürdőinek valamelyikében, a programból nem maradhatott ki a termálfürdőben való kikapcsolódás sem, amelyet a résztvevők a Széchenyi fürdőben élhettek át egy masszázssal egybekötve. A napot a budapesti éjszakai élet felfedezésével, az egyedi hangulatot árasztó romkocsmák felkeresésével zárták. December 12-én, a Wasárnap Művész Piac designerek által megálmodott különleges kincsei között válogathattak, valamint megismerték a Magyarország 2011-es EU elnökségének egyik helyszínéül szolgáló Gödöllői Királyi Kastélyt, ahol egy komolyzenei koncertet követően

találkoztak Bogányi Gergellyel, a világhírű magyar zongoraművésszel. A csoport tagjai december 13-án sajtótájékoztatót vettek részt, amelynek során az MT Zrt. több stratégiai együttműködő partnerének – MÜPA, Tavaszi Fesztivál, Hungarofest – képviselőivel is találkoztak. A nap folyamán felkeresték Szentendrét, ahol végigjárták a múzeumokat, galériákat és a Skanzen is. Este a Művészetek Palotájában egy koncerten vettek részt, amelyen magyar népdalok jazz átírtait hallgathatták meg. A BWI programsorozat utolsó napján a résztvevők a Budapest Kártya által nyújtott kedvezményeket kihasználva önállóan, saját érdeklődési körüknek megfelelően fedezhették fel Budapestet.

## Az MT Zrt. külképviseleteinek BWI akciói

### Ausztria

A Magyar Turizmus Zrt. ausztriai képviselete egymás után indította a Budapest téli vendégforgalmát élénkítő kampányakcióit az osztrák piacon.

- ✓ A Magyar Turizmus Zrt. ausztriai külképviselete több ausztriai turisztikai képviselettel közösen rendezte meg 2010. november 24-én a „Corps Touristique galavacsorát”. Az MT Zrt. ausztriai külképviseletének vezetője a nagyszabású fogadáshoz kapcsolódó szakmai workshopon bemutatta az újságíróknak és az osztrák touroperátoroknak a BWI néven futó téli Budapest-kampány elemeit.
- ✓ Az MT Zrt. **on-line és DM-kampányt** indított stratégiai együttműködésben Ausztria egyik piacvezető utazási irodájával, a Raitours Austria-val. A [www.railtours.at](http://www.railtours.at) internetes oldal startlapja konkrét ajánlatokkal és programajánlókkel csinált kedvet az osztrákoknak egy adventi budapesti kikapcsolódáshoz.
- ✓ Az utazók az Osztrák Szövetségi Államvasút (ÖBB) és a Rail Tours Austria törzsutasai **hírlevélben** is kedvcsináló tájékoztatást kaptak a téli budapesti ajánlatokról. A magyarországi termálfürdők iránt érdeklődőknek további tucatnyi konkrét wellness-ajánlatot is kínáltak az utazási honlapon.
- ✓ Decemberben a kiterjedt online és DM-akciónak köszönhetően **több százezer potenciális turista** értesült az „ellazító téli hazai kínálatról”. Az Ausztriában vonattal utazók valamennyi IC és EC járat fedélzeti magazinjából ([www.bahnmax.com](http://www.bahnmax.com)) is kedvet kaphattak az akciós budapesti tartózkodáshoz.
- ✓ A Magyar Turizmus Zrt. által szervezett **BWI-tanulmányúton** 4 osztrák újságíró és turisztikai szakember ismerkedett a téli Budapesttel.
- ✓ Az MT Zrt. ausztriai munkatársai a karácsony előtti időszakban több **nagyközönségi rendezvényen** is részt vettek, hogy promóciós tevékenységükkel pótlólagos turistaforgalmat generáljanak Magyarországra. Az MT Zrt. például az **Eisenstadti** (Kismarton) **karácsonyi vásár** szervezőivel együttműködve önálló standon és színpadi produkciókkal népszerűsítette hazánk téli turisztikai kínálatát, illetve a bécsi ENSZ-negyed jótékonysági hétvégéjén közel 20 ezer érdeklődő előtt prezentálta hazánk turisztikai újdonságait.

### Nagy-Britannia

A nemzeti turisztikai marketingszervezet londoni külképviselete által kiadott BWI sajtóanyag nyomán a **The Guardian napilap** "Cool Cities" összeállításában az **öt legjobb téli úti cél között ajánlotta a Budapest Winter Invitation csomagot** olvasóinak.

### Németország

- ✓ Németországban a turisztikai szakma és a média képviselői az MT Zrt. külképviseletének 800 címre kiküldött **szakmai hírleveléből**, valamint **híryanagából** tájékozódhattak az akció részleteiről.
- ✓ A németek egy különös feliratra is felfigyelhettek a **magyar Nagykövetség épületének kirakatában**, amely emlékeztette az épület előtt elsétáló, becslések szerint több mint 2 millió utazót, hogy eljött a termálfürdőkben való kikapcsolódás ideje.

### Olaszország

- ✓ A **legolvasottabb regionális napilapban**, a több mint ötszázézes példányszámú Gazzetta del Mezzogiorno-ban 2010. novemberben BWI hirdetés jelent meg.
- ✓ Olaszországban, a milánói és római lakosok 2010. december közepétől 2011. január közepéig összesen 1400 plakáttal találkozhattak **metró kocsikban** és a felszíni tömegközlekedési eszközök belsejében, amelyek a Budapest Winter Invitation akciót népszerűsítették.
- ✓ A Magyar Turizmus Zrt. olaszországi külképviseletének – a dél-olaszországi Bariból elindult új légi összekötetés apropójából szervezett – kampánya keretében, **Dél-Olaszország legolvasottabb napilapjában**, négy alkalommal találkozhattak az olvasók a BWI akcióval. Az érdeklődők továbbá tájékoztatást kaptak Budapest egészségturisztikai kínálatáról és az olaszok körében igen népszerű Budapesti Karácsonyi Vásárról, csakúgy, mint más decemberi programokról.

### Románia

- ✓ Az MT Zrt. romániai képviselete a Budapest Winter Invitation kampány keretében több – turisztikai ajánlatokat népszerűsítő – **internetes portál főoldalán** hívta fel az olvasók figyelmét a magyar főváros téli kedvezményes szállásajánlataira. A **BWI bannerek** a leglátogatottabb szakmai oldalakra - [www.iturism.ro](http://www.iturism.ro) , [www.infoturism.ro](http://www.infoturism.ro) és [www.travelworld.ro](http://www.travelworld.ro) - kerültek fel, és a kampány alatt mintegy 1,5 millió látogatóhoz jutottak el.

### **BALATONT NÉPSZERŰSÍTŐ KIEMELT 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 szervezett 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](http://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.

### **PÉCS2010 NÉPSZERŰSÍTÉSÉRE IRÁNYULÓ MARKETINGAKCIÓK**

A Magyar Turizmus Zrt. a Pécs2010 projektet évek óta kiemelten kezelte külpiazi kommunikációs tevékenységében. Azokban az országokban, ahol külképviseletei által jelen van a magyar nemzeti turisztikai marketingszervezet, Európa Kulturális Fővárosának népszerűsítése előtérbe került – szoros együttműködésben az MT Zrt. Dél-Dunántúli Regionális Marketing Igazgatóságával –, például oly módon, hogy az adott ország nyelvén Pécs2010 kiadványt jelentetett meg az MT Zrt.,



**Magyar Turizmus Zrt.**  
1115 Budapest, Bertók Béla út 105-113.  
Tel.: (06-1)488-8700 • Fax: (06-1)488-8600  
E-mail: [info@itthon.hu](mailto:info@itthon.hu) • [www.itthon.hu](http://www.itthon.hu)

továbbá valamennyi idegen nyelvű honlapján kiemelt felületeket biztosított az EKF-nek és Pécs turisztikai információinak.

Németországban és Ausztriában elsősorban a média és a beutaztatással foglalkozó szakma megnyerésével, és általuk Pécs kínálatának kijánlásával foglalkozott az MT Zrt. 2007 óta. Pécs ajánlatai megjelentek 1,7 millió példány német nyelvű túraszervezői katalógusban, és több mint 50 ezer **Pécs2010 információs kiadványt** juttatott el az MT Zrt. Dél-Dunántúli Regionális Marketing igazgatósága (DDRMI) közvetlenül a potenciális vendégkörhöz. A DDRMI részt vett a legjelentősebb turisztikai vásárokon is Pécs2010 standdal (Graz, Bécs, Linz, München, Stuttgart, Berlin, Köln, Essen).

Különböző **média road show-k és prezentációk** alkalmával több száz újságíró győzött meg az MT Zrt. arról, hogy Pécs érdemes a közönség figyelmére. Ezek az újságírók, forgatócsoportok mind felkeresték Pécsét, és kivétel nélkül minden alkalommal invitatív hangvétellű tudósításokat tettek közzé. Ennek is köszönhető, hogy 2010-ben az osztrák Gewinn Magazin a világ TOP20 desztinációja közé választotta Pécsét, amivel Magyarország először kerülhetett fel erre a megtisztelő listára.

Az MT Zrt. szerepvállalása nyomán Németországban a legnagyobb útikönyv kiadó, a Dumont új kiadású, Magyarország útikönyvében 12 oldalas melléklet mutatja be Pécs kulturális vonzerőit, a város térképével.

**A repülővel érkező vendégeknek Budapest-Pécs 2+2 éjszakás csomagokat alakított ki a DDRMI, 5, 4 és 3 csillagos kategóriákban.** A Budget autókölcsönző is speciális, kedvezményes Pécs2010 tarifákat dolgozott ki és az Orange Ways kedvezményes Budapest-Pécs menetrend szerinti járatait is ajánlotta a Zrt. Külföldi és belföldi vendégek számára egyaránt fontos, hogy 2010. március közepétől működik Dél-Dunántúlon (így Pécsen is) a garantált programok rendszere. Minden héten, azonos időpontban, kiváló programokat kínáltak, pl. villányi borvacsora, mecseknádasdi vadvacsora, ingyenes városnézés Pécsen (idegen nyelven, de akár jeltolmácsolással), vagy vakok számára kidolgozott audioguide vezetésű városi sétán Kaposváron. Ezzel az MT Zrt. a Pécsen megjelenő vendégkör régióba vonzását kívánta elérni, hogy ne csak a kulturális főváros, de Dél-Dunántúl is profitáljon ebből a különleges lehetőségből.

Pécs2010 Európa Kulturális Fővárosának híre az MT Zrt. tevékenysége nyomán bejárta a világsajtót. Beszámolt róla többek között az osztrák Kurier, a dán Soendag női magazin, svéd országos polgári napilap, a Svenska Dagbladet, viamichelin.fr portál, a Haaretz izraeli napilap, de a várost ajánlotta felfedezni a British Airways fedélzeti magazinja, a The Telegraph, a legrangosabb olasz turisztikai magazinok, a 100.000 példányban megjelenő Preußische Allgemeine Zeitung hetilap és a ZDF német televízió is.

A Magyar Turizmus Zrt. Pécs 2010 Európa Kulturális Fővárosát népszerűsítő marketingakcióiról bővebb információ a [www.itthon.hu](http://www.itthon.hu) oldal Szakmai oldalak/Tevékenységekünk/Beszámolók menüpont alatt érhető el.

## 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 folytatódott. 2010-ben 8 beérkezett pályázat közül 7 részesült pozitív elbírálásban.

A 2004 óta beérkezett 78 nyertes pályázatra eddig összesen több mint 75 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 módosult, 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-ben a Magyar Kongresszusi Irodához **65 ajánlatkérés** érkezett be és került megválaszolásra.

- ✓ Az MKI 2010 májusában kiadta első **hírlevelét**, amely a Magyar Kongresszusi Irodával kapcsolatban álló, közel ezer, nemzetközi konferencia- és rendezvényszervező részére került kiküldésre.

A Magyar Turizmus Zrt. Magyar Kongresszusi Irodájának tevékenységéről bővebben az (MKI) honlapján olvashatnak az érdeklődők: [www.hcb.hu](http://www.hcb.hu)

## EGÉSZSÉGTURIZMUS KIEMELT AKCIÓK

A Magyar Turizmus Zrt. a külföldi kommunikáció során is kiemelt turisztikai terméként kezeli az egészségturizmust, amely alatt **a gyógy- és a wellness-szolgáltatások, illetve a fürdőkben megtestesülő kulturális örökség együttesen** értendő. Míg belföldi marketingtevékenységünkben a wellness-turizmus játszik kiemelt szerepet, külföldön elsősorban a gyógyturizmusra tevődik a hangsúly. Egészségturisztikai kínálatunk Európa legtöbb országában jelentős vonzerő. A külföldi kommunikációt illetően elmondható, hogy a társaság **piaconként és szegmensenként eltérő, célzott kommunikációt alkalmaz**. A piaconként eltérő kereslethez illeszkedően Hollandiában, Németországban, Svájcban, Oroszországban, Romániában és Szlovákiában kültéri hirdetések (közterületi plakátkampányok, közlekedési eszköz hirdetések), Belgiumban és Szlovákiában televíziós kampányok, Csehországban, Németországban, Lengyelországban, Szlovákiában, Oroszországban és Ukrajnában online hirdetések, több országban nyomtatott sajtóhirdetések és újságbehúzással terjesztett ajánlati katalógusok, valamint egészségturizmus tematikájú szakmai workshopok, szakmai és újságírói tanulmányutak népszerűsítik gazdag egészségturisztikai kínálatunkat.

## AZ MT ZRT. KÜLKÉPVISELETEINEK TOVÁBBI AKCIÓI

A Magyar Turizmus Zrt. külképviselőinek további akcióiról a külképviselők honlapján, illetve a [www.itthon.hu](http://www.itthon.hu) portál Sajtószoba menüpontjában lehet olvasni.

## KOMMUNIKÁCIÓS ELLENKORMÁNYZÁS A VÖRÖSISZAP-KATASZTRÓFA KEDVEZŐTLEN TURISZTIKAI HATÁSAINAK TOMPÍTÁSA ÉRDEKÉBEN

A 2010. októberi vörösiszap-katasztrófa kitörését követően a Magyar Turizmus Zrt. – együttműködve a Kormányzati Kommunikációért Felelős Államtitkársággal, a BM Országos Katasztrófavédelmi Főigazgatósággal és a Magyar Szállodaszövetséggel – közleményeket készített,

illetve terjesztett annak érdekében, hogy megnyugtassa a hazai és a külföldi turisztikai szakmai- és közvéleményt azzal kapcsolatban, hogy a vörösiszap-katasztrófa nem érintette a magyarországi turisztikai fogadóterületeket, Magyarország továbbra is biztonságos úti cél.

Az OKF, illetve a Kormányzati Kommunikációért Felelős Államtitkárság által az MT Zrt. kérésére kiadott közleményeket a nemzeti turisztikai marketingszervezet magyar és angol nyelven is eljuttatta valamennyi külképviselete részére, akik szakmai partnereiket ezek segítségével – hírleveleken és honlapokon keresztül – tájékoztatták.

Az MT Zrt. a szóban forgó közleményeket elhelyezte a központi és valamennyi érintett külképviseletének a honlapján is megfelelő fordításban.

A Magyar Turizmus Zrt. tevékenysége nyomán számos hazai médium is beszámolt arról, hogy Magyarország teljesen biztonságos úti cél, és a vörösiszap-katasztrófa nem veszélyezteti a turisztikai fogadóterületeket: pl.: Duna TV Esti Híradó; ATV Esti Híradó; InfoRádió; Napló; Turizmus Panoráma Bulletin; Napi Turizmus; [www.origo.hu](http://www.origo.hu) ; [www.napi.hu](http://www.napi.hu); [www.vg.hu](http://www.vg.hu)

**A fenti kommunikációs tevékenységen kívül az MT Zrt. külképviseletei egyéb akciókat is szerveztek az iszap-katasztrófa negatív turisztikai hatásainak tompítására. Néhány példa:**

- ✓ A bécsi magyar Nagykövetség és a Magyar Turizmus Zrt. ausztriai képviselete közös **sajtótájékoztatót** tartott a vörösiszap-katasztrófa turisztikai hatásairól (2010. október 14.)
- ✓ A vörösiszap-katasztrófa **napirenden kívüli téma volt a Duna Turisztikai Marketingegyesület bécsi ülésén**, amelynek keretében *Kovács Balázs* tájékoztatta az ülésen részt vett német, osztrák, szlovák, horvát, szerb és román partnereket a kolontári vörösiszap-katasztrófa következményeinek felszámolása érdekében tett magyar erőfeszítésekről.
- ✓ **Forgalomélénkítő kampányok** a vörösiszap-katasztrófa negatív ausztriai sajtóvisszhangjának enyhítése érdekében: a 88,6 FM ([www.886.at](http://www.886.at)) zenei rádiócsatornával közös akció során például egész napos műsor keretében arról volt szó, hogy hazánk nemcsak a wellness-turizmus közeli fellegvára, hanem az ipari baleset ellenére továbbra is nagyon biztonságos úti cél.
- ✓ **Rendhagyó sajtóút** Ausztriából - osztrák újságírók a helyszínen tájékoztak a vörösiszap baleset következményeinek felszámolásáról

A Veszprém megyei védelmi bizottsággal egyeztetve az MT Zrt. ausztriai képviselete november 19. és 21. között **sajtóutat szervezett** az érintett településekre (Ajka, Kolontár, Devecser), hogy az osztrák sajtó meghatározó képviselői **első kézből tájékozódhassanak** a kárfelszámolási munkák előrehaladásáról, valamint megbizonyosodjanak arról, hogy a kedvelt turisztikai célterületekre (mint például: Hévíz, Sárvár, Balaton) a balesetnek semmilyen kedvezőtlen hatása nem volt. A háromnapos sajtóút első napján Pannonhalmán keresztül érkezett a csoport a vörösiszap-katasztrófa által érintett településekre. **Kolontáron** és **Devecseren** a helyszíni szemlét követően sajtótájékoztatóra került sor, amelyen a Kormányzati Újjáépítési Központ parancsnokától, a térség országgyűlési képviselőjétől, valamint a Veszprém Megyei Közgyűlés vezetőitől, illetve Ausztria tiszteletbeli konzuljától hallottak az újságírók részletes és szakszerű tájékoztatást. A beszámoló központi üzenete szerint a baleset helyszínein már az **újjáépítési munkák folynak**, a károk lokalizáltak, s a környezeti károk továbbterjedése kizárt.

A sajtóút további részében, **Hévízen, Keszthelyen** és **Sárváron** tettek látogatást az osztrák újságírók, ahol vezető turisztikai szakemberekkel folytattak eszmecsere-t. A tanulmányúton olyan meghatározó napilapok, magazinok és szakmai lapok munkatársai vettek részt, mint a 3,5 milliós olvasótáborral rendelkező **Kronen Zeitung**, vagy a senior korosztály körében igen népszerű

**Golden Age** magazin, illetve a **Traveller**, a **TIP** és **Bahnmax** című szaklapok. Az osztrák **APA** hírügynökség tudósítása is további híreket generált.

## **MAGYARORSZÁG SOROS EU ELNÖKSÉGÉT NÉPSZERŰSÍTŐ MARKETINGAKCIÓK**

Magyarország EU elnöksége jelentős turisztikai bevételeket generálhat hazánk számára 2011 első hat hónapjában. Rövid távú hatásként lendületesen bővílhet a már élénkülő hazai hivatásturizmus, hosszú távon pedig kiváló lehetőséget kapunk hazánk turisztikai országgépének pozitív formálására. Tekintettel arra, hogy Magyarország soros EU elnöksége a turizmus jelentős felértékelődését és fejlődését hozhatja hazánknak, a Magyar Turizmus Zrt. a Külügyminisztériummal és egyéb társintézményekkel együttműködésben számos marketingeszközzel és akcióval kíván hozzájárulni hazánk sikeres szerepléséhez.

### **2010-ben lezajlott turisztikai marketingakciók hazánk soros EU elnöksége kapcsán:**

#### **✓ Brüsszeli újságírók tanulmányútja**

A Magyar Turizmus Zrt. kezdeményezésében, az MT Zrt. és a Külügyminisztérium közös szervezésében 2010 novemberében megvalósult tanulmányút keretében a legrangosabb uniós szakmai, illetve gazdasági újságok és portálok képviselői – mint a The Parliament Magazine, a The Bulletin, az E Sharp és a De Standaard belga országos napilap EU melléklete – ismerkedtek Budapest turisztikai kínálatával, és szakmai találkozókra is részt vettek.

#### **✓ Rangos német médiumok tanulmányútja**

2010. november 29-én hat német újságíró érkezett Magyarországra, akik olyan neves médiumokat képviseltek, mint pl. a Berliner Zeitung, a Die Tageszeitung, a Westdeutsche Zeitung vagy a Deutschland Radio Kultur. A médiaszakemberek négynapos útjuk során, Sztojanovits Kristóf, a Magyar Turizmus Zrt. németországi külképviseletének vezetője kíséretében, a „Régi és új értékek közti harmónia” mottó jegyében ismerkedtek meg fővárosunkkal, valamint szakmai találkozókra is részt vettek hazánk soros EU elnökségének apropójából.

#### **✓ A magyar EU-elnökséghez és a Liszt Évhez kapcsolódó programok Ausztriában**

A Magyar Turizmus Zrt. ausztriai képviseletének társszervezésében 2010. december 16-án sajtótájékoztató keretében mutatták be azt a kiadványt, amely a soros magyar EU-elnökséghez és a 2011-es Liszt Évhez kapcsolódó ausztriai programsorozat elemeit tartalmazza. Az ausztriai magyar képviseletek (Nagykövetség, Collegium Hungaricum, Magyar Turizmus Zrt.) összefogásában 2011. első felében húsz nagyszabású program kerül lebonyolításra Ausztria nagyvárosaiban, amely hazánk kulturális és turisztikai kínálatát prezentálja az osztrákok felé. A frissen elkészült kiadványban a magyar képviseletek vezetői mellett a két ország külügyminiszterei is ajánlják a magyar vonatkozású ausztriai programok felkeresését. *Kovács Balázs*, az MT Zrt. bécsi irodájának vezetője a sajtótájékoztatón felhívta a figyelmet a FERIEN Messe utazási vásárra, amelyen 2011 januárjában Magyarország díszvendégként mutatta be az egészségturizmushoz és a Liszt Évhez kötődő kínálatát.

#### **✓ Sikeres EU Lunchtime konferencia Brüsszelben**

2010. december 17-én, az év végi brüsszeli EU csúcsideje alatt zajlott le az EU Bizottság egyik legrangosabb éves rendezvénysorozatának záró eseménye, a „Lunchtime conference – A Member State in the Spotlight” konferencia. Az EU Bizottság brüsszeli székházában megtartott rendezvény díszvendége Magyarország volt, tekintettel hazánk 2011-es soros EU elnökségére. Az eseményt hazánk brüsszeli nagykövete, Hernyes Zoltán úr nyitotta meg, ezt követően az MT Zrt. Benelux képviseletvezetője Urbányi Péter tartott előadást Magyarország turizmusáról, majd Mezősi Csilla egészségturisztikai szakértő a magyar egészségturizmusról és egészségiparról. A

konferencián 180 EU tisztviselő és alkalmazott vett részt, az előadásokat magyar borkóstoló majd büfébéd követte.

Az MT Zrt. a társintézményekkel közösen, 2011-ben is folytatja Magyarország turisztikai kínálatának népszerűsítését hazánk soros EU elnöksége kapcsán.

A konferenciákra érkező politikusok, szakértők, üzleti döntéshozók körében turisztikai **kiadványokkal**, valamint a nagyobb **rendezvényeken turisztikai információs pult** üzemeltetésével is népszerűsíteni kívánják az aktuális turisztikai kínálatot. A társaság továbbá segítséget nyújt az EU delegációk **kísérő programjainak megszervezésében** a társintézményekkel együttműködésben, elsősorban egészségturizmus tematikában.

2011 májusában – a tervek szerint – sor kerül majd egy kb. 300 fős turisztikai konferencia megrendezésére is az MT Zrt. szervezésében.

A Magyar Turizmus Zrt. lobbí tevékenységének köszönhetően hazánk EU elnökségének időszaka alatt Budapesten kerül sor a 36 európai ország nemzeti turisztikai hivatalait tömörítő Európai Turisztikai Bizottság (European Travel Commission, ETC) soron következő igazgatósági ülésére és közgyűlésére is. A rendezvény – amelynek szervezésében az MT Zrt. aktívan részt vállal – kiváló lehetőséget teremt arra, hogy a nemzeti turisztikai marketingszervezet a vezető nemzetközi utazási szakemberek figyelmét Magyarország turisztikai kínálatára és hazánk soros EU elnökségére irányítsa.

## KIÁLLÍTÁSOK, VÁSÁROK, RENDEZVÉNYEK

### **BELFÖLD**

2010-ben belföldön összesen **14 db turisztikai kiállításon** és vásáron jelent meg a Zrt. A legnagyobb szabású az Utazás 2010 kiállítás volt, ahol a Magyar Turizmus Zrt. a Fesztiválok Éve kampány keretében népszerűsítette a belföldi utazást.

### **KÜLFÖLD**

A Magyar Turizmus Zrt. 2010-ben összesen **74 külföldi kiállításon** vett részt. Ezek közül a legnagyobb szabású a berlini ITB és a londoni WTM volt.

## SZAKMAI KAPCSOLATOK

### **BELFÖLD**

A válság hatásainak ellensúlyozásában 2010-ben is fontos szerep jutott a **széles körű együttműködésnek** a Magyar Turizmus Zrt. hazai és nemzetközi partnereivel, ezért a Zrt. még szorosabbra fűzte kapcsolatait **a hazai turisztikai szakmával és stratégiai partnereivel** is.

### **TOURINFORM IRODÁK**

#### ✓ **Tourinform díjak**

Az "Év Tourinformátora" és "Az Év Tourinform-iroda Fenntartója" díjak átadásáról részletesebben a Magyar Turizmus Zrt. [www.itthon.hu](http://www.itthon.hu) honlapjának Sajtószoza menüpontjában lehet olvasni.

#### ✓ **Országos Tourinform találkozó** (2010. május 12.)

✓ **Megújult a Tourinform Veszprém** - 2010. október 1-jétől európai uniós forrásokból megújult irodában várja a városba látogató turistákat, érdeklődőket. A megnyitón az MT Zrt. is képviseltette magát.

#### ✓ **Regionális Tourinform értekezlet a Tisza-tavi régióban** - 2010. október 13.

- ✓ **Tourinform találkozó a Budapest-Közép-Dunavidék turisztikai régióban – 2010.**  
december 1.

### **KÜLKÉPVISELŐK A RÉGIÓBAN RENDEZVÉNYSOROZAT A FESZTIVÁLOK ÉVÉBEN IS**

A Magyar Turizmus Zrt. a 2010-es Fesztiválok Évében is megrendezte a „Külképviselők a régióban” elnevezésű rendezvénysorozatát. A road show-t 2007-ben indította el a társaság a Zrt. külképviselői és a régiós turisztikai szolgáltatók közötti együttműködés szorosabbá és hatékonyabbá tétele érdekében. 2010-ben, újdonságként a meghívott külképviselők az adott küldőország lakosságának fogyasztói szokásait mutatták be a szakmai vendégek részére.

- ✓ Első állomás: Közép-Dunántúl régió
- ✓ Második állomás: Dél-Alföld régió
- ✓ Harmadik állomás: Dél-Dunántúl régió

### **REGIONÁLIS TURIZMUS KONZULTÁCIÓK**

A Magyar Turizmus Zrt. szervezésében – együttműködve a Nemzetgazdasági Minisztérium Gazdaságfejlesztésért Felelős Helyettes Államtitkárságával, valamint a Magyar Országgyűlés Sport- és turizmus bizottságával – 2010 szeptemberében a turizmus aktuális kérdéseit, fejlesztési lehetőségeit érintő szakmai rendezvénysorozatra került sor. A turizmus konzultációk keretén belül a turizmus állami irányításának képviselői és a Magyar Turizmus Zrt. vezetői ismertették a jövőt érintő szakmai elképzeléseiket, az MT Zrt. marketingstratégiáját, valamint a turizmus helyi vezető szakemberei osztották meg tapasztalataikat a résztvevőkkel. A rendezvénysorozat állomásai az alábbiak voltak: szeptember 15-e Győr, szeptember 23-a Siófok, szeptember 29-e Debrecen, végül szeptember 30-án Budapest.

Valamennyi régiós szakmai találkozó azonos programszerkezetre épült: a nap első részében a turizmus állami irányításának képviselői – **Dr. Horváth Endre**, a Nemzetgazdasági Minisztérium gazdaságfejlesztésért felelős helyettes államtitkára, valamint **Bánki Erik**, az Országgyűlés Sport és turizmus bizottságának elnöke – adtak tájékoztatást a turizmus fejlesztésének stratégiai irányairól, illetve a hazai turizmus aktuális kérdéseiről. Ezt követően a Magyar Turizmus Zrt. tevékenysége került a figyelem középpontjába: **Horváth Gergely**, az MT Zrt. vezérigazgatója a nemzeti turisztikai marketingszervezet megújuló tevékenységéről beszélt a résztvevőknek, **Debreceni János**, a Zrt. marketingigazgatója pedig a társaság marketingstratégiáját ismertette.

A konzultációk második részében a turizmus helyi vezető szakemberei, minden alkalommal négy témakört átfogva – egészségturizmus, konferenciaturizmus, TDM és egy kiemelt fejlesztés az adott régióban – osztották meg tapasztalataikat a résztvevőkkel.

### **TOVÁBBI BELFÖLDI SZAKMAI EGYÜTTMŰKÖDÉSEK**

- ✓ **Kína Klub**

2010. április 2-án tartotta alakuló ülését a Magyar Turizmus Zrt. kínai külképviselője által kezdeményezett Kína Klub. A Klub célja a szakma – főként a kínai piaccal hosszú távon foglalkozni kívánó – szereplőinek tömörítése a Magyarországra irányuló ázsiai beutazó turizmus élénkítése érdekében. Az alakuló ülést élénk érdeklődés kísérte a megjelent mintegy 50 szolgáltató részéről. Az MT Zrt. célja, hogy egy olyan szakmai közösséget hozzon létre, amelynek tagjai hatékonyan együttműködnek, és a felmerülő problémákat a Klub szellemének megfelelően, a másokra való tekintettel, a közösség és a hosszú távú célok szem előtt tartása mellett igyekeznek megoldani.

- ✓ **Magyar Kastélyszállodák Egyesülete**

A Magyar Kastélyszállodák Egyesületének megújult vezetése (MKE) 2010. október 6-án mutatkozott be egy sajtótájékoztatóval egybekötött fogadás keretében, Budapesten. A kulturális

turisztikai attrakciók népszerűsítése az MT Zrt. belföldi és külföldi kommunikációjában egyaránt fontos szerepet játszik. A hazai kulturális turisztikai kínálat lényeges elemei a várak és kastélyok, amelyek széles rétegből váltanak ki érdeklődést. Ezek népszerűsítése érdekében a Magyar Turizmus Zrt. évek óta együttműködik a Magyar Kastélyszállodák Egyesületével. 2009 tavaszán jelent meg először az MT Zrt. és az Egyesület Várak, kastélyok, kastélyszállodák című, 44 oldalas kiadványa, amely magyar, német, angol és orosz nyelveken hívta fel a figyelmet a látogatható várakra, kastélyokra, valamint a kastélyszállodákra. A broszúra magyar nyelvű, aktualizált változata 2010. októberben került újranyomásra. A magyarországi kastélyok népszerűsítése érdekében továbbá, az MT Zrt. rendszeresen szervez olyan belföldi és nemzetközi tanulmányutakat újságírók és utazásszervezők részére, amelyeknek egyik állomása valamely kastélyszálló. A társaság ezen kívül saját kommunikációs csatornáin keresztül folyamatosan népszerűsíti a kastélyokban zajló rendezvényeket, fesztiválokat és kiállításokat is.

#### ✓ **Stratégiai együttműködés a Magyar Turizmus Zrt. és a HUNGEXPO Zrt. között**

A Magyar Turizmus Zrt. vezetése kiemelt hangsúlyt fektet a stratégiai partnerekkel való szorosabb együttműködésre. Ennek jegyében a jubileumi, 20. HÓ-SHOW<sup>+</sup>, illetve az egyidejűleg rendezett SPA&WELLNESS kiállítások hivatalos megnyitójának keretében, 2010. november 12-én, stratégiai együttműködési szándéknyilatkozatot írt alá Horváth Gergely, a Magyar Turizmus Zrt. vezérigazgatója és Ganczer Gábor, a HUNGEXPO Zrt. vezérigazgatója. A tervezett stratégiai együttműködés keretében a Társaságok számos eszközzel fogják segíteni egymás szolgáltatásainak népszerűsítését. A kooperáció elsődleges célja, hogy a magyarországi turisztikai kínálat teljes körű és egységes bemutatása a lehető leghatékonyabb módon valósuljon meg a HUNGEXPO által szervezett hazai turisztikai vásárokon, különös hangsúlyt fektetve az egészségturisztikai és a konferenciaturisztikai lehetőségek ismertetésére. A két társaság között eddig is szoros szakmai együttműködés volt az Utazás Kiállításon történő megjelenésekre vonatkozóan, a jövőbeni stratégiai együttműködés legfontosabb újdonsága pedig az lesz, hogy a kooperációt kiterjesztik a Spa&Wellness egészségturisztikai szakkiállításra, valamint a hazai hivatásturisztikai szakma egyetlen fórumának tekinthető a Business Travel Showra is.

## KÜLFÖLD

### VISEGRÁDI NÉGYEK



A négy ország turisztikai együttműködése a *The European Quartet – One Melody* (Európai négyes-közös dallam) márkanév alatt 2003 óta folyik sikeresen. Csehország, Lengyelország, Magyarország és Szlovákia turisztikai együttműködésének fő célja az, hogy összehangolt munkával és a rendelkezésre álló források egyesítésével közösen népszerűsítsék a közép-európai régió turisztikai kínálatát mind szélesebb körben, elsősorban a tengerentúli piacokon.

- ✓ 2010. február 17-18-án, Budapesten **írták alá a négy ország 2010. évi közös turisztikai marketingtervét**
- ✓ Nagy sikerrel mutatkozott be a Visegrádi Négyek turisztikai kínálata **India** öt nagyvárosában a 2010. április 12. és 18. között megrendezett közös **road-show** keretében.
- ✓ **Visegrádi Négyek találkozó Dublinban**
- ✓ **Indiai utazási szakemberek ismerkedtek a V4 országok turisztikai kínálatával** 2010. augusztus 21-30. között.
- ✓ **Nyit Magyarország felé az indiai utazási piac**

A Visegrádi Négyek turisztikai együttműködésének keretében augusztus végén a tagországok iránt érdeklődő és programozni kívánó indiai utazási irodák képviselői fedezték fel Csehország, Lengyelország és Szlovákia mellett Magyarország turisztikai kínálatát. A résztvevők rendkívül lelkesen nyilatkoztak a hazánkban látottakról, az új piaci lehetőségekről. A tanulmányút első eredményeként az egyik indiai túraszervező a Magyar Turizmus Zrt.-hez írt levelében komoly, hosszú távra szóló együttműködést kezdeményez a nemzeti turisztikai marketingszervezettel. Az együttműködés keretében az indiai partner elsősorban a különleges filmforgatási helyszínekről kért tájékoztatást. Véleményük szerint az olyan különleges magyarországi helyszínek, mint a kastélyok, egyedi épületek és a csodálatos természeti környezet több forgatócsoportot is vonzhat Indiából Magyarországra. A turisztikai szakember dicsérte az MT Zrt. szervezőmunkáját, a szolgáltatók által nyújtott fantasztikus programokat és Magyarország változatos turisztikai vonzerőit.

✓ **Oroszországi roadshow keretében népszerűsítették a V4 országok turisztikai kínálatukat 2010 szeptemberében.**

A rendezvénysorozaton a négy országot összesen 52 szolgáltató képviselte, a résztvevők tekintetében Magyarország volt a legaktívabb 19 szolgáltatóval. Oroszország a Visegrádi Négyek egyik legfontosabb piaca, ahol a V4 országok nemzeti turisztikai marketingszervezetei két éve kezdték meg célzott, együttes marketingtevékenységüket. A V4 bemutatkozások keretében a Magyar Turizmus Zrt. 2009 óta az általános országismertető előadások mellett hazánk egészségturisztikai értékeinek népszerűsítésére is nagyobb hangsúlyt fektet, pl. kiadványok formájában.

✓ **V4 road show az USA-ban – 2010. szeptember**

A helyszínek: Boston, Minneapolis és Dallas voltak, és minden városban 40-50 szakember kapott részletes tájékoztatást a négy országot összekapcsoló programokról, a legújabb szálláslehetőségekről és a vonzerőbővülésről.

✓ **Nagy reményekkel kecsegtet az indiai utazási piac – ITB Asia**

2010. október 20-22. között került megrendezésre Szingapúrban a berlini Internationale Tourismus Börse (ITB) ázsiai párja az ITB Asia, amelyen hazánk a V4 országokkal együtt vett részt. A közel 40 irodával – melyek 90%-a Indiából érkezett – folytatott megbeszélések rendkívül reménykeltők voltak. Az indiai utazásszervező irodák többsége már kínál hazánkba irányuló utazásokat és a hagyományos turista utak mellett szinte valamennyi partner élénk érdeklődést mutatott Magyarország hivatásturisztikai (MICE) lehetőségei iránt is. Az MT Zrt. előkészítő munkájának eredményességét jelzi, hogy több olyan iroda is megjelent a kiállításon, amely a 2009. évi ITB Asia alkalmával már járt a magyar standon és azóta az MT Zrt. pekingi irodája által biztosított anyagok és információk alapján vette fel szolgáltatási palettájára hazánk turisztikai kínálatát.

Az indiai piacon való hatékony turisztikai megjelenés érdekében az MT Zrt. 2011-ben is számos marketingakciót bonyolít le. Ennek megalapozásához elengedhetetlen egy szakmai adatbázis kialakítása, amelyhez nagyban hozzájárult az MT Zrt. részvétele a 2009. és az 2010. évi kiállításokon, hiszen az ott megismert jelentős számú potenciális partner lefedi India valamennyi fontos területét és városát. A kiállításon folytatott tárgyalások és beszélgetések arra is jó lehetőséget biztosítottak, hogy további betekintést nyerhessünk az indiai piac sajátosságaiba.

✓ **V4 tanulmányút orosz turisztikai szakembereknek és újságíróknak - 2010 októberében 9 fős, tour operátorokból és turisztikai újságíróból álló orosz csoport ismerhette meg a négy tagország legfontosabb turisztikai vonzerőit.**

✓ **Új turisztikai piacok „meghódítására” készülnek a V4 országok**

2010. november 15-én Pozsonyban találkoztak a Visegrádi Országok turisztikai marketingszervezeteinek képviselői, hogy egy munkaulás keretében áttekintsék a folyamatban lévő akciókat, és előkészítsék a 2011. évi marketingtervet. A szakemberek javaslatokat tettek arra vonatkozóan, hogy milyen új turisztikai piacokat lenne érdemes közös marketingtevékenységgel „mehódítaniuk”. A Magyar Turizmus Zrt. indítványa, miszerint a V4 országok célozzák meg az **Arab-öböl menti országokat**, rendkívül pozitív visszhangra talált. Minden fél úgy látta, hogy az arab piac nagy potenciállal bír, ezért bár a Visegrádi Országok 2011-ben még nem terveznek közös akciót a térségben, döntés született arról, hogy az Arab-öböl menti országok 2012-ben bekerülnek a V4 célpiacai közé. A Cseh Idegenforgalmi Hivatal szakemberei szerint – előzetes piackutatásaikra és akcióik tapasztalataira alapozva – a V4 eredményesen tudna fellépni az **ausztrál piacon**. A felek abban is megállapodtak, hogy a jövőben megerősítik a V4-et mint márkajeleket. A négy ország jövőbeli szoros együttműködését mutatja az is, hogy valamennyi tagország nemzeti turisztikai marketingszervezete nagyobb anyagi forrás biztosításával kíván hozzájárulni a közös sikerhez, így 2011-ben több marketingakció keretében tudják felhívni majd a négy ország turisztikai kínálatára a figyelmet.

A V4 országok célpiacai jelenleg: Kína, Japán, USA, Brazília, Oroszország – ahol 2011-ben továbbra is a tagországok egészségturisztikai kínálatára helyeződik a hangsúly– és India. A 2011. évi marketingterv ünnepélyes aláírására 2011 februárjában kerül sor Pozsonyban.

- ✓ 2010. decemberben 10 fős, **amerikai túraszervezőkből** álló csoport fedezte fel a Visegrádi Országok turisztikai kínálatát a Visegrádi Négyek turisztikai együttműködésének keretében.
- ✓ 2010. december közepén óriási sikerrel zárult a **Magyar Turizmus Zrt. tokiói képviselete által szervezett V4 turisztikai workshop és zenei rendezvény** a japán főváros központjában, Ginzában. A megnyitó beszédet a Visegrádi Országok nevében Bohár Ernő magyar nagykövet mondta el a megjelent több mint 400 fős közönség előtt.

## ETC

A 36 európai ország nemzeti turisztikai hivatalait tömörítő Európai Turisztikai Bizottság (European Travel Commission, ETC) fő célja Európa mint turisztikai desztináció promóciója a tengerentúli küldőpiacokon. Tevékenységének három kiemelt területe a piackutatás, a legjobb gyakorlatok népszerűsítése és a marketingkommunikáció. Az ETC-nek Magyarország 2005-től tagja. Hazánk aktív szerepét az Bizottság munkájában jelzi, hogy Magyarország az elmúlt években számos alkalommal adott otthont a Szervezet üléseinek.

Az ETC igazgatóság ülésein, illetve közgyűlésein hazánkat a Magyar Turizmus Zrt. képviseli.

- ✓ **Budapesten üléseztek az Európai Turisztikai Bizottság Kutatási igazgatói**

A Magyar Turizmus Zrt. szervezésében 2010. február 3-5. között Budapest adott otthont a Kutatási Igazgatók Éves Ülésének (Annual Meeting of the Market Intelligence Group). A találkozó az ETC egyik legfontosabb ülése volt, amelynek során az európai nemzeti turisztikai hivatalok kutatási területeinek vezetői, illetve magas szintű turisztikai szakemberei látogattak a magyar fővárosba.

- ✓ **Budapesten tartja 58. igazgatósági ülését és 80. közgyűlését az ETC 2011. április 20-án**

## WTTC

2010. május 25-27. között Pekingben tartotta 10. nemzetközi csúcstalálkozóját az **Utazási és Turisztikai Világtanács** (World Travel & Tourism Council – WTTC) „A világ vezető iparága – új határok elérése” témára építve. Az eseményen a világ turizmusának vezetői gyűltek össze, hogy



**Magyar Turizmus Zrt.**  
1115 Budapest, Bertók Béla út 105-113.  
Tel.: (06-1)488-8700 • Fax: (06-1)488-8600  
E-mail: info@itthon.hu • www.itthon.hu

megvitassák az iparágban rejlő jelentős potenciálokat a világszintű fenntartható fejlődés és a gazdasági növekedés érdekében. A rendezvényen hazánkat a Magyar Turizmus Zrt. képviselte.

### **DUNA TURISZTIKAI MARKETINGEGYESÜLET**

A Die Donau az egyik legrégebbi nemzetközi turisztikai szervezet, amely 1970 óta fogja össze a Duna menti országokat a folyó közös promóciója, s minél szélesebb körű turisztikai hasznosítása érdekében. A bécsi központú szervezetnek Magyarország is négy évtizede tagja: a tagságból eredő feladatokat a **Magyar Turizmus Zrt. bécsi külképviseletén** keresztül látja el.

Közép-Európa legnagyobb beutaztató workshopjának – actb'10 ([www.actb.eu](http://www.actb.eu)) – keretében tartotta nemzetközi sajtótájékoztatóját a Duna Turisztikai Marketingegyesület (Donauwerbung: [www.danube-river.org](http://www.danube-river.org)). A mintegy 60 nemzetközi újságíró a Duna-menti tagállamok képviselőitől kapott tájékoztatást a 2010-es év főbb turisztikai attrakcióiról. A Duna magyar szakaszát 2010-ben meghatározó jelentősebb eseményekről és turisztikai termékekről Kovács Balázs, az MT Zrt. ausztriai külképviseelője tartott előadást.

A Duna Turisztikai Marketingegyesület 2010. október 8-án Bécsben tartotta soros marketingülését, amelyen több, Magyarországot is közvetlenül érintő fontos téma szerepelt. Napirenden kívül a Magyar Turizmus Zrt. ausztriai külképviseelője, *Kovács Balázs* tájékoztatta az ülésen részt vett német, osztrák, szlovák, horvát, szerb és román partnereket a kolontári vörösiszap-katasztrófa következményeinek felszámolása érdekében tett magyar erőfeszítésekről, valamint kérte az Egyesület főtitkárát, hogy a folyamatosan biztosított friss információk alapján hívják fel a partnereik figyelmét arra, hogy Magyarországon a kedvelt turisztikai célpontok, valamint a turisták teljes biztonságban vannak.

A Duna-menti országok **turisztikai összefogását** biztosító nemzetközi Egyesület ülésén a 2011-es év központi témaként az ökoturizmus és a Duna (Donau natur pur) vezértéma került elfogadásra. Az egyesület elnöke, *Prof. Gerhard Skoff* az Európai Bizottsággal folytatott tárgyalások alapján beszámolt a turizmus kiemelt helyéről a készülő Duna-stratégiában, s a közép-európai gazdasági térség szempontjából hangsúlyozta a kidolgozás alatt lévő Európai Unió **Duna-stratégia fontosságát**.

A Duna Turisztikai Marketingegyesület – a 2011 első felében esedékes soros magyar EU elnökség „előestéjén” – 2010. decemberben **Budapest**en tartotta **közgyűlését, valamint a hajózási és kerékpározási Duna-konferenciákat**, ahol a témában több száz nemzetközi résztvevő cserélt eszmét.

### **CORPS TOURISTIQUE AUSTRIA**

Az ausztriai turisztikai képviseleteket tömörítő Corps Touristique Austria Egyesület (CT: [www.corps-touristique.at](http://www.corps-touristique.at).) 2010. május 6-i közgyűlése az elnökség tagjává, és egyben két évre az **egyesület alelnökévé választotta Kovács Balázst**, a Magyar Turizmus Zrt. bécsi külképviseletének vezetőjét.

### **CSÁSZÁROK ÉS KIRÁLYOK ÚTJA NEMZETKÖZI TURISZTIKAI EGYESÜLET**

- ✓ Magyarország szerepe felértékelődött a Duna-menti együttműködésekben: ülésezett a Császárok és Királyok Útja nemzetközi turisztikai egyesület

### **TOVÁBBI KÜLFÖLDI SZAKMAI KAPCSOLATOK**

- ✓ **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 2011. évi német vonatkozású turizmusmarketing elképzelésekről és célokról, amelyekhez a megjelent parlamenti képviselők a támogatásukról biztosították a magyar tárgyalókat.

✓ **Turisztikai prezentáció a berlini magyar Nagykövetségen**

2010. augusztus 2-án a berlini Nagykövetségen járt a Berlin Zehlendorf-i keresztény-demokrata párt (CDU) 17 fős tagcsoportja. A házbemutató és egy Magyarországról szóló ismeretterjesztő film vetítése után kötetlen beszélgetés keretében ismerkedhettek a vendégek hazánk aktuális gazdasági és politikai helyzetével, valamint turisztikai szépségeivel. A Nagykövetség és a Magyar Turizmus Zrt. németországi külképviseletének munkatársaitól részletes információt kaptak Budapestről, a régiókról, Pécsről mint a 2010-es év egyik Európa Kulturális Fővárosáról, az UNESCO örökségekről és nemzeti parkjainkról. Érdeklődéssel fogadták a 2011-es tervekről szóló információkat; az év kiemelt témáit, és betekintést nyerhettek a magyarországi gyógyászati, fogászati, kúra és wellness lehetőségekbe is.

✓ **Az MT Zrt. és a Deutsche Bahn együttműködése Budapest népszerűsítése érdekében**

Mivel München és Budapest között a közvetlen vasúti összeköttetés egyre fontosabb szerepet játszik – naponta 5 közvetlen járat, valamint egy éjszakai szerelvény biztosítja a kényelmes utazást –, a Deutsche Bahn és az MT Zrt. németországi képviselete a közeljövőben nagyobb hangsúlyt fektet Budapest népszerűsítésére. Első lépésként a Deutsche Bahn meghívására és az MT Zrt. közreműködésében 6 újságíró utazott egy villámlátogatás erejéig a magyar fővárosba, hogy benyomásokot szerezzen Budapest turisztikai kínálatáról. Az MT Zrt. németországi képviselete a közeljövőben a szorosabb együttműködést keretében több közös programot is tervez a Deutsche Bahn-nal, így többek között további sajtóutakat is.

**A KÜLFÖLDI TURISZTIKAI SZAKMA RENDEZVÉNYEINEK MAGYARORSZÁGRA HOZATALA**

A Magyar Turizmus Zrt. aktív lobbitevékenységének eredményeként a külföldi szakma képviselői több ízben is Magyarországot választották szakmai programjaik helyszínéül. A nemzeti turisztikai marketingszervezet kiemelt jelentőséget tulajdonít a külföldi turisztikai szakma rendezvényei Magyarországra hozatalának. Ezek ugyanis különösen alkalmasak arra, hogy Magyarországra irányítsák egy adott ország vagy régió utazási szakembereinek a figyelmét.

- ✓ **Budapesten üléseztek az Európai Turisztikai Bizottság Kutatási igazgatói** (2010. február 3-5.)
- ✓ **Magyarországon tartotta éves közgyűlését a Német Turisztikai Újságírók Szövetsége** (2010. szeptember 30-án 55 német újságíró érkezett hazánkba a Szövetség szakmai rendezvényére.)

- ✓ 2010 novemberében Budapesten tartotta közgyűlését a Duna Turisztikai Marketingegyesület
- ✓ Az ETC soron következő, 58. igazgatósági ülését és 80. közgyűlését Magyarországon rendezik meg 2011. április 20-án, hazánk EU elnökségének időszaka alatt.

## SAJTÓKAPCSOLATOK

---

### BELFÖLD

A Magyar Turizmus Zrt. 2010-ben is **több száz hírt, tájékoztatást, illetve sajtóközleményt adott ki**, és több alkalommal szervezett tanulmányutat belföldi újságírók számára. 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 népszerűsítette.

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

A Fesztiválok Évében ismét megújult formában jelentkezett 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.

**„Az év turisztikai újságírója”** és **„Az év turisztikai tudósítója”** díjat 2010-ben negyedik alkalommal adta át a Magyar Turizmus Zrt. a 18. Turisztikai Évadnyitó Fogadáson.

A Magyar Turizmus Zrt. szorosán együttműködik a **FUNZINE Magazinnal** annak érdekében, hogy minél több külföldi utazót csábítson hazánkba, és az érdeklődőket első kézből tájékoztassák a magyarországi program- és szolgáltatói 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 több tanulmányutat** szervezett 2010-ben:

- ✓ „Kiváló Európai Desztinációk” belföldi tanulmányút – 2010. április 24.
- ✓ A Magyar Turizmus Zrt. a Tihanyi Szabadtéri Játékok szervezőivel együttműködve sajtótájékoztatón egybekötött tanulmányutat szervezett 2010. június 24-én.
- ✓ A dél-dunántúli turisztikai régió egészségturisztikai és szállodai nagyberuházásait bemutató tanulmányút - 2010. július 26-27.
- ✓ Az MT Zrt. Nyugat-dunántúli Regionális Marketing Igazgatósága tanulmányutat szervezett az „Európai Virágos Városok és Falvak versenye” mozgalomban 2010-ben



aranyérmet nyert Lipót községbe, valamint a Szigetköz őszi - téli lehetőségeinek bemutatására, 2010. november 23-án.

## SAJTÓESEMÉNYEK

2010-ben a Magyar Turizmus Zrt. országos szakmai- és/vagy **sajtótájékoztatót** tartott az alábbi témákban, illetve közreműködött ezek megrendezésében:

- ✓ A Magyar Turizmus Minőségi Díj programot bemutató sajtótájékoztató (január)
- ✓ Torkos Csütörtök akciót bemutató sajtótájékoztató és Rozmaring-díj átadó (február)
- ✓ A Visegrádi Országok turisztikai vezetőinek találkozója alkalmából szervezett sajtótájékoztató (február)
- ✓ A „Virágos Magyarországért” környezetszépítő verseny sajtótájékoztatója (március)
- ✓ „Az év turisztikai témájú szakdolgozata 2009” pályázat díjátadójával egybekötött sajtótájékoztató (március)
- ✓ A Műemléki Világnapot bemutató sajtótájékoztató (április)
- ✓ Az Európai Bizottság által kiírt „Kiváló Európai Desztinációk” magyarországi pályázatának győztesét kiválasztó zárókonferencia (április)
- ✓ Nyitott Pince Napok akciót bemutató sajtótájékoztató (április)
- ✓ Majestic Imperator vasúttársaság és a Magyar Turizmus Zrt. luxus nosztalgiavonatot bemutató közös, kétnyelvű sajtótájékoztatója (május)
- ✓ X. Csabai Sörfesztivál és Csülökparádé különlegességeit bemutató sajtótájékoztató (június)
- ✓ Tihanyi Szabadtéri Játékok programját bemutató sajtótájékoztató (június)
- ✓ Fesztiválbusz sajtótájékoztatóval egybekötött felavatása (június)
- ✓ IV. Főszezon Belföldi Turisztikai Kiállítás és Szállásbörze programját bemutató sajtótájékoztató (szeptember 8.)
- ✓ Regionális turizmus konzultációk: szeptember 15-e Győr, szeptember 23-a Siófok, szeptember 29-e Debrecen, végül szeptember 30-án Budapest.
- ✓ Sajtótájékoztató keretében mutatták be a Falusi és Agroturizmus Országos Szövetsége és a Magyar Turizmus Zrt. közös, Hazajáró Hét elnevezésű akcióját. (2010. október 19.)
- ✓ A Nemzetgazdasági Minisztérium és a Magyar Turizmus Zrt. sajtóreggeli keretében mutatta be a 2010/2011. „Kiváló Európai Desztinációk” (EDEN - „European Destinations of Excellence”) pályázatot. (2010. október 27.)
- ✓ A magyar EU elnökség „előestéjén”, 2010. november 30. és december 2. között, Budapesten tartotta 39. közgyűlését, valamint hajózási és kerékpáros konferenciáit a nemzetközi Duna Marketingegyesület. A közgyűlés és a konferenciák témáiról 2010. november 30-án sajtótájékoztatót tartottak a szervezők.
- ✓ A Budapest Airport Zrt. és a Magyar Turizmus Zrt. stratégiai marketing együttműködési megállapodást írt alá arról, hogy a társaságok összehangolják tevékenységüket a Magyarországra irányuló légi forgalom élénkítése érdekében. Az együttműködési megállapodást 2010. december 1-jén sajtóreggeli keretében írták alá a partnerek.

- ✓ 2010. december 14-én Horváth Gergely, a Magyar Turizmus Zrt. vezérigazgatója szakmai és sajtótájékoztató keretében, mintegy nyolcszáz érdeklődő előtt ismertette a nemzeti turisztikai marketingszervezet 2011. évi marketingtervét.

## KÜLFÖLDI MÉDIA ÉS SZAKMAI TANULMÁNYUTAK

2010-ben **255 külföldi tanulmányút** keretében **543 fő újságíró**, **245 főt forgatócsoport** képviseletében, **1456 fő turisztikai szakembert és utazási szakembert** fogadott a Magyar Turizmus Zrt. **mindösszesen 2244 fő érkezett Magyarországra a Zrt. vendégeként.** A tanulmányutak nyomán megjelent cikkek és tudósítások **hírértéke meghaladja a 2 milliárd forintot.**

## KIADVÁNYOK

2010-ben összesen **6.517.600 db** (belföldön 5.680.344 db, külföldön, pedig 837.256 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.

### **KÖZPONTI KIADVÁNYOK**

A Központi Statisztikai Hivatal 2009. évi **végleges vendégforgalmi adatai** alapján a Magyar Turizmus Zrt. elkészítette a **Turizmus Magyarországon 2009** című **magyar és angol** nyelvű, végleges adatokat tartalmazó statisztikai kiadványt.

Angol nyelven megjelent az új **Meeting Planners' Guide to Hungary**, amelynek adatállománya külön CD-n is elérhető.

Megtörtént több tematikus kiadvány módosított, aktualizált utánnyomása is, mint pl. Ifjúsági szálláshelyek térkép; 2010. évi kiemelt eseménynaptár; Vendégváros Nemzeti parkok; 52 túra, 52 hétvége. A felsoroltak közül az 52 túra, 52 hétvége kiadvány és a tematikus programsorolók a szokásos terjesztési csatornákon felül megtalálhatóak voltak még az országjáró Fesztiválbuszon is.

50.000 példányban, új arculattal és tartalommal kiadásra került, az elsősorban külföldi terjesztésre szánt **Hungary- A love for life** című, angol és német nyelvű A/5-ös méretű, országot bemutató kiadvány.

Elkészült a **Turizmus Bulletin** (Magyar Turizmus Zrt. szakmai és tudományos folyóirata) XIV. évfolyamának, 1-2. összevont, turisztikai régiók - jubileumi tematikus száma, majd 2010 októberében 1.600 példányban a lap 3. száma is megjelent.

Aktualizált utánnyomásra került a **Bringára fel!**, országos kerékpáros térkép is, magyar nyelven, közel 15.000 példányban. A térkép egyik oldalán látható országos földrajzi térképen elsősorban a kerékpáros útvonalak jelennek meg, valamint a MÁV által biztosított vasútvonalak hálózata, míg a másik oldalon a túrákhoz tartozó hasznos információk (nehézségi fok, távolságok stb.) és a kiemelt látnivalókról szóló ismertető olvashatók.

A Magyar Turizmus Zrt. az egészségturizmus népszerűsítése céljából (Regionális Marketing Igazgatóságainak sikeres szolgáltatói akvizitálásának köszönhetően), 50.000-50.000 példányban megjelentette a „**Feltöltődés itthon!**” és a „**Vízben az egészség!**” című, 2010. tél – 2011. tavasz időszakra vonatkozó, wellness és gyógyüdülési ajánlatokat tartalmazó kiadványokat. Míg az előbbi brosúra elsősorban a wellness és az egészséges életmód iránt érdeklődő fiatalabb korosztályt és a középkorúakat, továbbá az élményfürdőzést kedvelő családokat célozta meg, addig az utóbbi főként az egészségügyi problémák kezelésének céljával utazó belföldi közönségnek, kiemelten is a senior korosztálynak készült.



A kiadványokat többek között női magazinokba (pl.: Glamour, Hölgyvilág, Gyöngy) behúzza terjesztik a lapok előfizetői között, továbbá számos nagyközönségi kiállításon is megtalálhatták az érdeklődők a Magyar Turizmus Zrt. standján. A „Vízben az egészség!” c. gyógyüdülési kiadvány ezen kívül közel 10.000 példányban elérhető volt az „Egészség egy életen át!” lakossági szűrőprogram keretében és a „Magyarország átfogó egészségvédelmi szűrőprogram” országjáró szűrőkamionjain is. A „Feltöltődés itthon!” c.

wellness üdülési brosúra pedig 10.000 példányban, országszerte 130 db MOL töltőállomáson az MT Zrt. kiadványtartó állványain is hozzáférhető volt. A Magyar Turizmus Zrt. mindkét kiadványt 15.000-15.000 példányban a több mint 140 irodát számláló Tourinform hálózaton keresztül is terjesztette.

A Magyar Turizmus Zrt. és a Magyar Kastélyszállodák Egyesületének együttműködésében, 2010 őszén elkészült a „**Várak, kastélyok, kastélyszállodák**” című kiadvány magyar nyelvű, aktualizált változata. A brosúrát, amely a Magyarországon látogatható várakra, kastélyokra, valamint a kastélyszállodákra hívja fel a figyelmet, 2009 tavaszán adták ki először négy nyelven (magyar, német, angol és orosz). A nagy sikerre való tekintettel, a kiadvány 2010 novemberében jelent meg újra magyar nyelven, 11.000 példányban. A prospektusokat a Magyar Turizmus Zrt. kiállításokon és egyéb turisztikai rendezvényeken terjeszti, valamint a Magyar Kastélyszállodák Egyesülete is népszerűsíti saját kommunikációs csatornáin keresztül.



### Fesztiválok Éve tematikus kiadványok

Az utazókat a fesztiválkavalkádban a 2010 januárjában megjelent **tematikus programsorolók** is segítették eligazodni. A kiadványok a legjelentősebb, turisztikai vonzerővel rendelkező magyarországi fesztiválokat az alábbi öt témában tartalmazták:

- ✓ Művészetkedvelőknek,
- ✓ Bor és gasztronómia,
- ✓ Népművészet, hagyományok,
- ✓ Pörgés, buli, sport – fesztiválok fiataloknak,
- ✓ Fesztiválcsemegék – különleges fesztiválok, rendezvények.

A fesztiválok ezen csoportosítása lehetővé teszi a célcsoportok sikeresebb megszólítását. A legjobb fesztiválokat **féléves asztali naptár** formátumban, továbbá **lufi-naptárként** is megjelentette az MT Zrt.

A második féléves asztali naptár **80.000 példányban az ország számos pontján**, köztük a több mint 140 Tourinform irodában és MOL töltőállomásokon kerül terjesztésre, akárcsak a tematikus programsorolók.

Az Utazás kiállításra jelent meg egy **ajánlatos katalógus** is, amely a Fesztiválok Évéré összegyűjtött kedvezményes szállásajánlatokat tartalmazza.

A Pesti Műsor által az Utazás kiállításra megjelentetett **Fesztiválkalauznak** is az MT Zrt. az együttműködő partnere.

### ✓ EXIT Magazin Fesztiválok Éve különszáma

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 – megjelent EXIT különszám segítette. A különszámonként 200.000 példányban megjelent EXIT magazinnal az EXIT terjesztési pontjain túl azon rendezvényeken is találkozhattak az érdeklődők, ahol az MT Zrt. információs standdal vett részt.

### ✓ Metropol – Fesztiválok Éve különszám

2010. május elején jelent meg 300.000 példányban a Metropol Fesztiválok Éve országos terjesztésű különszáma. A kiadvány bemutatta a 9 turisztikai régiót, valamint a május-augusztus időszakra vonatkozóan fesztiválajánlóval is szolgált az érdeklődőknek.

2010. augusztus 6-án jelent meg a Magyar Turizmus Zrt. és a Metropol közös, Fesztiválok Éve II. féléves programjait ismertető különszáma. A 40 oldalas, színes kiadvány régiók szerint, sok-sok képpel és kedvescínáló írással mutatta be a 2010. év II. félévi programjait. A különszám a színes rendezvények mellett több száz kedvezményes szállásajánlatot is kínált. A kiadvány országosan 300.000 példányban került terjesztésre.

### ✓ Hungary FUNZINE programajánló magazin

A fesztiválkavalkádban való eligazodásban az érdeklődőket a Magyar Turizmus Zrt. együttműködésében megjelenő Hungary FUNZINE főszezon programajánlók is segítették. A kiadvány 2010-ben először, három nyelven – az angol és német mellett magyarul is – kínált az ország egész területére izgalmas rendezvényeket. A nyári szám után 2010 novemberében megjelent a Hungary FUNZINE – Téli programajánlója is.

A brosúra 150.000 példányban az ország számos pontján, mint pl. Tourinform irodákban, 130 MOL töltőállomáson, szállodákban, kulturális és szabadidős központokban, hungarikumokat áruló üzletekben, felsőoktatási intézményekben, illetve nemzetközi járatokat indító busz és vonatpályaudvarokon került terjesztésre. A FUNZINE-hoz továbbá az MT Zrt. külképviselőin 16 országban, a Malév Zrt. külföldi értékesítési irodáiban 34 országban, illetve az Orange Ways buszjáraitán – amely 8 európai országba szállít utasokat – is hozzáférhettek az érdeklődők.

### ✓ Fesztiválkatalógus

Kimondottan a fiatal fesztivállátogató közönségnek készült a magyar nyelvű Fesztiválkatalógus, a Magyar Turizmus Zrt. és a Kreatív Csoport együttműködésében. A Fesztiválkatalógus egy csokorba gyűjtötte a legtöbb nyári fesztivált, amelyekről közvetlen hangvétellő ajánlókba ismerhette meg az olvasó a programkínálatot és az esemény környezetében található turisztikai látnivalókat is. A Fesztiválkatalógus 300.000 példányban került terjesztésre, egyetemeken, főiskolákon, budapesti szórakozóhelyeken és a Kreatív kommunikációs szaklap behúzásaként. A kiadványnak a Facebook közösségi portálon saját rajongói oldala van.

## KÉPVISELETI KIADVÁNYOK

- ✓ Az MT Zrt. Zrt. moszkvai külképviselője a 2010. évi tavaszi vásárszezonra jelentette meg a "Fesztiválok Éve 2010." és a "Pécs 2010 EKF" kampányhoz kapcsolódó orosz nyelvű kiadványát "**Magyarország 2010. - Ünnepe minden nap**" címmel. A 10.000 példányban megjelent hat oldalas kiadványból 8.000. példány behúzásra került a Tourbusiness című szaklap januári számába, felhasználták továbbá a januári szentpétervári és moszkvai szakmai találkozók, valamint a márciusi Intourmarket és MITT kiállításokon.
- ✓ Pécs2010 Európa Kulturális Fővárosa kiadvány spanyol nyelven.

- ✓ Vasúttal Ausztriából Magyarországra: új kiadvány kínál magyarországi programtippel osztrák turistáknak.
- ✓ ADAC hangoskönyv Budapestről.
- ✓ Hazánk az ÖAMTC kiadványában.
- ✓ Megjelent az új Rough Guide to Hungary.
- ✓ Best Guidebook of the Year.
- ✓ Sabtours „Ungarn” katalógusa.
- ✓ Kerékpáros Magyarország-katalógus.
- ✓ Új Budapest útikönyv spanyol nyelven.
- ✓ Hungria – Sorprendente.
- ✓ Lázně a wellness v Maďarsku/Kúpele a wellness v Maďarsku.
- ✓ Új wellness kiadvány jelent meg cseh és szlovák nyelven.
- ✓ Magyarországot is ajánló úti könyv jelent meg Kínában.
- ✓ Új ADAC kiadvány jelent meg Budapestről.
- ✓ 2010 augusztusában készültek el a Magyar Turizmus Zrt. Benelux piacra készített speciális ajánlati katalógusai Magyarországról.
- ✓ 2010 augusztusában ismét megjelent a Hévíz c. orosz nyelvű kiadvány az MT Zrt. gondozásában.
- ✓ Az Alföld és Tisza-tó régiókat népszerűsítő szlovák kampány befejező mozzanataként, 2010 augusztusában elkészült egy piacspecifikus, szlovák nyelvű ajánlati kiadvány.
- ✓ Újabb Magyarország útikönyv jelent meg 2010 augusztusában, ezúttal a bielefeldi Reise Know-how kiadó gondozásában, Mirko Kaupat tollából. A szerző munkáját az MT Zrt. németországi képvisellete információkkal segítette.
- ✓ Hiánypótló kiadvány jelent meg 2010 szeptemberében Debrecen és Hajdúszoboszló egészségügyi lehetőségeiről az orosz piacra.
- ✓ Elkészült az MT Zrt. **pekingi képviselétének legújabb kiadványa** - A Magyar Turizmus Zrt. kínai külképviselete három fontos szempont figyelembevételével 2010-ben készítette el legújabb kiadványát. Lényeges volt egyrészt, hogy a brosúra **kétnyelvű** legyen (kínai, angol), mivel így Indiában és Szingapúrban is terjeszteni tudják jelentősen kiszélesítve a promócióban résztvevők körét, és már a 2010. októberi ITB Asia turisztikai kiállításon is át lehetett nyújtani a nagy számú indiai érdeklődőnek. Fontos volt továbbá, hogy a fő látványosságokon kívül első ízben bemutatásra kerüljenek hazánk kevésbé ismert turisztikai vonzerői is. Végül alapkövetelmény volt, hogy konkrét szolgáltatók és a Kína Klub is helyet kapjanak a brosúrában.
- ✓ Újranyomásra kerültek 2010 novemberében 12.000 példányban a cseh (Lázně a wellness v Maďarsku) és 5.100 példányban a szlovák (Kúpele a wellness v Maďarsku) nyelvű gyógy- és wellness ajánlatos képviselati kiadványok.
- ✓ Észak-Európa piac-specifikus Magyarország kiadványai tartalmukban megújulva utánnnyomásra kerültek 2010 decemberében, svéd, finn és dán nyelveken, 5.000-5.000 példányban.

## REGIONÁLIS KIADVÁNYOK

A 2010. évi Utazás kiállításra jelent meg a Balaton régió tavaszi rendezvényeit és nyári fesztivál-előzeteseit tartalmazó **Balaton Funzine Fesztivál Különszám**, valamint a dél-alföldi régió „Fesztiválok, rendezvények a Dél-Alföldön” kiadványa, továbbá a „Programsoroló 2010 Dél-Dunántúl” és az „Észak-Alföld 2010 – Kedvezményes üdülési ajánlatok, fesztiválok, újdonságok”. A „Természetesen Észak-Magyarország...” aktualizált változata 2010-ben rendezvénytárral is bővült, továbbá az Utazás kiállításon debütált az **Exit magazin Észak-magyarországi régiós különszáma** is, melyben a Fesztiválok Évére találhattak kedvezményes ajánlatokat a látogatók. A közép-dunántúli turisztikai régió két új kiadványt is megjelentetett az Utazás kiállításra: a „**Királyok nyomában a Közép-Dunántúlon**” és a Fesztiválok Éve alkalmából egy **Fesztiváltérképet**, amely a Királyi Régió fesztiváljait tartalmazta. „**Nyugat-Dunántúl, az erőt adó régió**” címmel jelent meg a régió legjobb rendezvényeit és szálláshely-ajánlatait bemutató kiadvány, ezen kívül a „virágzó régió” lehetőségeiről is értesülhettek a vendégek egy másik broszúrából. A „**Tisza-tavi Ajánlatok a Tisza-tavi turisztikai régióból 2010**” kiadvány szintén újdonságként jelenik meg az Utazás kiállításon.

A Magyar Turizmus Zrt. Balatoni Regionális Marketing Igazgatósága a Funzine-nal együttműködésben a Nemzeti Vágtára jelentette meg a 64 oldalas, nyári balatoni programfüzetet, a **Balaton Funzine Fesztivál különszámot**, összesen 80.000 példányban. A kiadvány az ország számos pontján, mint pl. Tourinform irodákban, szálláshelyeken, éttermekben, borgalériákban, kulturális és szabadidő-központokban került terjesztésre.

A Well-Press kiadó a Magyar Turizmus Zrt. **Budapest Közép-Dunavidéki** Regionális Marketing Igazgatóságának (BKD RMI) közreműködésével 2010. augusztus 11-én adta ki új generációs Vendégváró útikönyv sorozatának legújabb kötetét, *A Dunakanyar* címmel. A sorozat e részének célja, hogy a belföldi utazók, valamint a Budapesten és környékén élők figyelmét ráirányítsa a régió kevésbé ismert kincseire enyhítve ezáltal a turizmus Budapest központúságát.

A **Dél-Alföld – Minden vízében élmény** címmel, a budapesti Spa & Wellness 9. Egészség, Turizmus és Életmód kiállításán debütált a Magyar Turizmus Zrt. Dél-Alföldi Regionális Marketing Igazgatóságának (RMI) a régió fürdőit és egészségturisztikai létesítményeit bemutató új, magyar nyelvű kiadványa. A broszúra 15.000 példányban jelent meg.

A „Világörökségünk a **Tisza-tavi Madárrezervátum**” c. kiadvány 2010 decemberében utánn nyomásra került, magyar nyelven 10.000 példányban.

„Természetjárás vízen a Tisza-tónál” c. kiadvány szintén 2010. decemberben került utánn nyomása, magyar nyelven, 10.000 példányban.

## EGYÉB

A Budapest kulturális turizmusának felpezsdítését zászlajára tűző Kulturális Munkacsoport önálló, **Cultural Guide to Budapest c.** kiadványát második alkalommal jelentette meg a BTSZK Nonprofit Kft. Nagy igény volt a magyar nyelvű kulturális programokra és kiadványra is, ezért 2010-ben a BTSZK az MT Zrt. BKD RMI közreműködésével mintegy 80 ezer példányban elkészítette a magyar nyelvű változatot is.

## Különleges hazai úti célok felfedezésére invitált a Népszabadság és az MT Zrt.

81 különleges úti célt ismerhettek meg az érdeklődők a Népszabadság 2010-ben, a Magyar Turizmus Zrt. együttműködésében megjelentetett „top utazás 9x9 belföldi úti cél” c. kiadványából.

## MÉDIA-MEGJELENÉSEK

### KÜLFÖLD

A Magyar Turizmus Zrt. külképviselői 2010-ben összesen **96 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.

A média-megjelenésekről szóló hírek elolvashatók a Magyar Turizmus Zrt. [www.itthon.hu](http://www.itthon.hu) portáljának Sajtószoba menüpontjában.

### 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 kezelte az elektronikus marketinget.

A Magyar Turizmus Zrt. összesen 46 honlapot üzemeltet és tart karban a világ 25 országában, 27 nyelvi változatban.

2010-ben a Magyar Turizmus Zrt. központi honlapjait ([www.itthon.hu](http://www.itthon.hu) és [www.hungary.com](http://www.hungary.com)), valamint a kiemelt kampányoldalakat ([menjunkenni.hu](http://menjunkenni.hu), [budapestwinter.com](http://budapestwinter.com), [fesztival.itthon.hu](http://fesztival.itthon.hu)) több mint **1.650.000 egyedi látogató**, közel 2.225.000-szer látogatta meg, több mint **7.000.000 oldalletöltést** generálva. A látogatószám fenntartása, az oldalak ismertségének növelése érdekében különböző online marketingeszközök segítségével **keresőoptimalizálás** (SEO), nyereményjátékok, szöveges-képes-animált hirdetések (bannerek) alkalmazásával és **keresőmarketinggel** a honlapjainkra irányítottuk és folyamatosan irányítjuk a látogatók figyelmét.

Az új turisztikai márkacarculat alapján az MT Zrt. valamennyi honlapjának – az egyes piacokra jellemző egyedi igényeket megtartva – egységesítése folyamatosan zajlott az év során. 2010 májusában a nemzetközi piacra átadásra került a [hungary.com](http://hungary.com) központi, illetve a brit piacra specifikált [gothungary.co.uk](http://gothungary.co.uk) képviselői portál.

2010. júliusban 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](http://itthon.hu) portálhoz. Nemzetközi viszonylatban az **osztrák és a kínai oldalak implementálása zajlott** a [hungary.com](http://hungary.com)-ba.

Belföldön az utazók immár kétharmada az internetet használva választ úti célt magának, ennek érdekében a 2010-ben is folyamatosan frissülő **Nemzeti Turisztikai Adatbázissal** segítjük az érdeklődőket úti céljaik és programjaik kiválasztásában. Az adatbázis 2010 végére már több mint 29.000 szolgáltatást kínált a látogatók számára.

A **web2.0** alkalmazások elterjedése óriási hatással van a turisztikai szektorra, mind a látogatók, mind az őket kiszolgálni vágyó szolgáltatók szempontjából. Folyamatosan fejlesztjük weboldalainkat annak érdekében, hogy az utazók **mindent egy helyen** találjanak meg, az utazással kapcsolatos benyomások és információk szerzésétől kezdve, a valós idejű élménymegosztásig, majd a későbbi visszacsatolásig.

Ezzel egy időben nemzetközi tendenciává vált, hogy olyan **online közösségek**, közösségi felületek szereztek elsöprő népszerűséget, melyekben az egyéni ajánlások, a közvetlen kommunikáció, és a felhasználókkal együtt generált tartalmak határozzák meg egy-egy utazási döntés kimenetelét.

Mind a Fesztiválok Éve 2010 tematikája, kínálata köré szervezett, mind a korábban megkezdett Hungary „**közösségi fanclubok**” folyamatos tartalmi menedzsmentjét végezte az MT Zrt., lehetővé téve a kétirányú információáramlást, a közösségek tagjai számára így közvetlen, autentikus, baráti, s mégis hiteles tájékoztatást nyújtva.

A közösségi brandépítés négy **Facebook** (Fesztiválok Éve, VisitPécs, Fesztiválbusz, Hungary), két **Twitter** (Fesztiválok Éve, Hungary) oldalon és két **Youtube** (itthonotthonvan, hungary) csatornán zajlott 2010-ben.

A Társaság Facebook-on üzemeltetett Fesztiválok Éve 2010, valamint Hungary Tourism oldalak feliratkozóinak száma 2010-ben meghaladta az 5.600 főt. A Zrt. Youtube csatornáit (itthonotthonvan, hungary) megtekintése elérte a hetvenezretet, a társaság feltöltéseit több mint 231.000 alkalommal látták. A feliratkozók száma meghaladta az 500 főt.

A közösségek stimulálása érdekében, hazánk turisztikai kínálatát bemutató nyereményjátékokat, kvízeket indítottunk el, a kampányévhez kapcsolódóan fotó és videópályázatokat hirdettünk, valamint a Facebookra létrehoztunk egy Fesztiválok Éve 2010 eseménynaptár alkalmazást.

A rendkívüli sebességgel fejlődő **mobil tartalomszolgáltatásban** szintén tovább erősítettük jelenlétünket, mobilportálunk ismertségét innovatív megoldásokkal növeltük.

Különböző **szakmai partnerekkel** (pl. Tourinform), illetve tartalomszolgáltatókkal (pl. Funzine, Port.hu, TomTom) kötött együttműködésekkel a **Nemzeti Turisztikai Adatbázis**, azaz a hazai turisztikai kínálat adatait olyan csatornákra juttattuk és juttatjuk el, melyeken önálló források felhasználásával jelentős megjelenésre nem volna lehetőségünk.

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.

A Magyar Turizmus Zrt. **turisztikai iPhone-os alkalmazásának** segítségével 2010. szeptembertől a Nemzeti Turisztikai Adatbázis (NETA) közel 25 ezer hazai turisztikai szolgáltatójának adatai között böngészhetnek az érdeklődők. Az Apple App Store-ból letölthető ingyenes alkalmazás segítségével a felhasználók könnyedén kereshetnek szálláshelyet, éttermet, látnivalót, Tourinform irodát, rendezvényt, strandot, gyógyfürdőt, szabadidős kikapcsolódást stb., amelyekhez legtöbbször képgaléria is elérhető. A felhasználó helyzetéhez közeli találatokat térkép mutatja meg a készülékben. A két nyelven – angolul és magyarul – hozzáférhető alkalmazás az időjárás feltérképezésében is segítséget nyújt: a friss helyzetkép mellett ötnapos előrejelzést biztosít az érdeklődők számára. A közösségi megosztások mellett a felhasználók aktuális üdülési ajánlatok között szemezgethetnek, friss híreket olvashatnak, és ha „elakadnak”, rögtön tárcsázhatják az éjjel-nappal hívható Concierge szolgálatot, amely a Magyarországon történő aktualitásokról is tájékoztatást nyújt. A külföldi vendégek továbbá olyan hasznos dolgokat is elérhetnek az alkalmazás segítségével, mint a hangos szótár, vagy a valutaváltó.

2010. november 15-én megújult grafikával elindult a forgalomélénkítő Budapest Winter Invitation kampány honlapja, a [www.budapestwinter.com](http://www.budapestwinter.com). A kampányindítás óta mindösszesen 17.500 látogató kereste fel a honlapot, 21.000 alkalommal, 80.000 oldalt letöltve.

A 2010. november 16. és december 31. között lezajlott, belföldi közönségnek szóló Feltöltődés itthon kampány ajánlatait több mint 5.500 alkalommal tekintették meg a látogatók [www.itthon.hu/ajanlatok](http://www.itthon.hu/ajanlatok), valamint a [www.tourinform.hu/adventi-ajanlatok](http://www.tourinform.hu/adventi-ajanlatok) oldalakon.

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.

## PIACKUTATÁS ÉS STATISZTIKA

---

2010. február-márciusban a Magyar Turizmus Zrt. elsődleges kutatást végzett a magyar lakosság körében, amelynek témája a **Kulturális Turizmus Éve 2009 hatékonyságvizsgálata**, illetve – a **Fesztiválok Évét megalapozandó – a magyar lakosság fesztivállátogatási szokásai voltak**. A kutatás eredményei publikálásra kerültek.

A Magyar Turizmus Zrt. **hatékonyságmérésének** keretében először a 2010. február 18-án sikeresen lezajlott **Torkos Csütörtök** akció hatékonyságvizsgálatát végezte el a Kutatási Csoport online kérdőív segítségével, az akcióban részt vevő éttermek, vendéglátóhelyek bevonásával. Majd a 2009/2010-es **Budapest Winter Invitation kampány** lezárultával, áprilisban online kérdőíves felmérést végzett az akcióban részt vett szállodák és szolgáltatók körében. Ugyanezzel a módszerrel került sor a 2010. május 7-8-án megrendezett **Nyitott Pince Napok** akció hatékonyságmérésére a részt vevő pincészetek, illetve a kapcsolódó, kedvezményes szálláslehetőséget kínáló szálláshelyek megkérdezésével. Szintén online kérdőíves megkérdezést folytattunk a 2010. április 17-én és 18-án lezajlott **Műemléki Világnap** alkalmából az abban részt vett intézmények, épületek, szolgáltatók körében. A fenti online felmérések eredményeit összefoglalók formájában rendszeresen eljuttatta az MT Zrt. a partnereknek.

A Magyar Turizmus Zrt. megbízásából a M.Á.S.T. Piackutató Társaság elkészítette a **magyar lakosság 2010. május-szeptemberi utazási terveire** vonatkozó kutatást, amelynek eredményeiről a Kutatási Csoport összefoglalót készített a kollégák és a szakmai sajtó számára és ezek publikálásra kerültek.

A Környezetvédelmi és Vízügyi Minisztériummal együttműködésben kérdőíves megkérdezés segítségével a Kutatási Csoport vizsgálta a **nemzeti parkok látogatóinak utazási szokásait**, a nemzeti parkok szolgáltatásaival való elégedettségét is.

A korábbi Önkormányzati Minisztérium Turisztikai Szakállamtitkárságával együttműködésben a Kutatási Csoport több projektben is részt vett, ami elsősorban a szakmai véleményezést, az információk rendelkezésére bocsátását jelentette. 2010-ben a Kutatási Csoport a **kerékpáros, az ifjúsági és a kulturális turizmus fejlesztési stratégiájának** előkészítésében és véleményezésében vett részt. Szintén az ÖM együttműködés keretében a Kutatási Csoport kutatási tervet készített a **szemléletformáló kampánnyal** kapcsolatban.

A Magyar Turizmus Zrt. rendszeresen vásárol **másodlagos kutatási eredményeket**, tanulmányokat. 2010-ben az IPK kutatóintézetnek az európai lakosság utazási szokásaira vonatkozó tanulmánya és adatai kerültek megvételre.

A Központi Statisztikai Hivatal július végén jelentette meg a 2009. évi végleges statisztikai adatokat a kereskedelmi szálláshelyek vendégforgalmára vonatkozóan. A végleges adatok, valamint a magán szálláshelyek 2009. évi vendégforgalmi adatai alapján az MT Zrt. Kutatási Csoportja elkészítette a **Turizmus Magyarországon 2009** statisztikai kiadvány magyar nyelvű végleges változatát, és 2010. szeptemberben elkészítette a kiadvány angol nyelvű végleges változatát is. A magyar és az angol nyelvű kiadványok terjesztése többek között a 2010. szeptemberben lezajlott regionális turizmus konzultációk keretében történt.

A 2010 szeptemberében megrendezett Főszezon kiállítás során kérdőíves felmérést végzett a Magyar Turizmus Zrt. az utazási tervekről a 2011. májusig tartó időszakra vonatkozóan.

A **KSH-val való együttműködés** részeként kiadványcsomagot állított össze az MT Zrt. a KSH októberi felméréséhez, illetve megszerkesztette a felméréssel kapcsolatos KSH-cikket.

A Magyar Turizmus Zrt. 2010 októberében elkészítette és publikálta a **Mintel két kiadványának magyar nyelvű összefoglalását**. A tanulmányok Japán kiutazó turizmusát, illetve a folyami hajózás főbb tendenciáit mutatják be.

A Vidékfejlesztési Minisztériummal és a nemzeti parki igazgatóságokkal együttműködve a Magyar Turizmus Zrt. kérdőíves felmérést folytatott az év folyamán a **nemzeti parkok látogatói körében**, amelynek eredményeit 2011-ben publikálja a Zrt.

A **Hazajáró Hét akcióban részt vevő szolgáltatók körében** online kérdőíves felmérést készített a Magyar Turizmus Zrt. Kutatási Csoportja.

A Magyar Turizmus Zrt. 2010 októberében megkezdte a **német lakosság magyarországi utazásokkal kapcsolatos attitűdjei** témájú kvalitatív kutatás előkészítését.

Az MT Zrt. számos kutatóintézetől kért ajánlatot a **német lakosság magyarországi utazásokkal, illetve az egészségturizmussal kapcsolatos érdeklődése és utazási szokásai** témával kapcsolatos meglévő kutatási adatok leválogatására és megküldésére. Az ajánlatok közül a F.U.R. (Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen) ajánlata bizonyult a legkedvezőbbnek. A 2010. decemberben megrendelt adatokat 2011. januárban kapta meg, és dolgozta fel a társaság Kutatási Csoportja.

Az MT Zrt. a 2010. évi **Márton-napi Libato(u)r** akcióban részt vett szolgáltatók számára online kérdőívet szerkesztett a visszajelzések, tapasztalatok összegyűjtésére, a tanulságok levonására, a megkérdezés eredményét decemberben összesítette a társaság.

2010-ben a Dél-Alföldi regionális marketingigazgatóság felkérésére a Kutatási Csoport minden részletre kiterjedő, átfogó statisztikai elemzést készített egy, a **Dél-Alföld elmúlt két évtizedének turizmusát bemutató** tanulmánykötetbe.

A **magyar lakosság utazási szokásairól**, a Magyar Turizmus Zrt. 2000 óta évente, majd kétevente lefolytatott vizsgálatának következő „állomása” a 2010. decemberi lakossági kvantitatív kutatás volt. A kutatás eredményei 2011. év elején állnak rendelkezésre.

A Magyar Turizmus Zrt. Kutatási Csoportja 2010-ben is számos különböző **információkérő** (minisztérium, szakmai partnerek, vállalkozások, egyetemi/főiskolai hallgatók, média és saját munkatársaink stb.) kérdéseire adott választ személyesen, telefonon, illetve e-mailben.

#### ✓ **Turizmus Bulletin**

A turisztikai régiók megalakulásának tizedik évfordulója alkalmából – a Magyar Turizmus Zrt. szerkesztésében – a Turizmus Bulletin 2010/1-2. száma mint **regionális tematikus szám** jelent meg 2010. szeptemberben. A dupla számként, 120 oldalon elkészült folyóiratban valamennyi turisztikai régió képviselteti magát, továbbá két átfogó elemzés dolgozza fel a regionális statisztikákat, illetve elemzi a turisztikai régiók fejlettségét és versenyképességét jelző mutatókat.

A folyóirat 2010/3. száma 2010 novemberében jelent meg. A 2010. évi utolsó számot, amely elsősorban egészségturizmussal foglalkozó cikkeket tartalmaz, 2011 januárjában publikálta a társaság.

#### ✓ **Szakedolgozat-pályázat**

A Magyar Turizmus Zrt. 2009-ben kilencedik alkalommal hirdetett pályázatot a felsőoktatási intézmények számára a legjobb **turisztikai témájú szakedolgozatok** díjazására. A 2009. évi pályázatra több mint ötven szakedolgozat érkezett, az ünnepélyes díjátadó 2010. március 24-én lezajlott. A Magyar Turizmus Zrt. 2010. szeptember 30-i beadási határidővel, 2010-ben tizedik alkalommal meghirdetett szakedolgozat-pályázata iránt minden korábbinál nagyobb érdeklődés mutatkozott: mintegy 70 pályamű érkezett.

### ✓ UNWTO

A Turisztikai Világszervezettel (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 jelentéseit a Kutatási Csoport folyamatosan feldolgozza.

A Turisztikai Világszervezet reprezentatív kötetet adott ki legfontosabb tevékenységeiről. E kötet számára **esettanulmányt** készített az MT Zrt. angol nyelven a 2009-es **Kulturális Turizmus Éve** előkészületeiről, megvalósulásáról, valamint a témaévet megelőző és követő kutatásokról, a hatékonyságvizsgálatról – különös tekintettel a kulturális örökség fenntarthatóságára és a helyi közösségek bevonására.

Az MT Zrt. képviseltette magát a **UNWTO-ETC TourMIS Seminar and International seminar on Demographic Change and Tourism** címmel Bécsben, 2010. szeptember 16-17-én, egymást követő napokon megrendezett konferencián.

### ✓ European Travel Commission, ETC

Az Európai Turisztikai Bizottsággal (European Travel Commission, ETC) való együttműködés keretében 2010-ben a Magyar Turizmus Zrt. adott otthont az ETC Kutatási Igazgatói Éves Ülésének. A Market Intelligence Group (MIG) ülését mind a résztvevők, mind a vendéglátók nagyon pozitívan, sikeresnek értékelték. 2010-ben került publikálásra többek között a Japán országhoz tartozó kutatás, amelynek elkészítésében az MT Zrt. is aktív szerepet vállalt, az ülésen erről és a demográfiai változások turizmusra gyakorolt hatásait vizsgáló tanulmányról is esett szó.

A Társaság Kutatási Csoportjának munkatársai folyamatosan bekapcsolódnak az ETC Kutatói Munkacsoportja által koordinált projektekbe. A Kutatási Csoport a budapesti ETC ülés óta folyamatosan részt vesz, egyeztetést folytat az ETC tagországok kollégáival a Tourmis nemzetközi adatbázis továbbfejlesztéséről.

2010-ben folytatódott az MT Zrt. Kutatási Csoportjának részvétele a UNWTO és az ETC közös gondozásában megjelenő **Tourism Product Development Handbook** megalapozó kutatásában és a kötet szerkesztésében. A Kutatási Csoport 2010-ben folyamatosan feltöltötte a havi statisztikai adatokat a TourMIS adatbázisba, emellett részt vett a **TourMIS adatbázis** továbbfejlesztését menedzselő munkacsoportban (2010-2011. évi fejlesztések listájának meghatározása), valamint a fenti két szervezet közös szerkesztésében megjelenő **Handbook on Performance Indicators on Marketing Evaluation** című kézikönyv előkészítésében.

Az MT Zrt. Kutatási Csoportja megvásárolta az **IPK International** kutatóintézet 2010 novemberében, az ETC tagországok részvételével zajló, World Travel Monitor Forum című konferenciáján elhangzott előadások anyagait. A prezentációk a konferencián előadó elismert nemzetközi kutatók, szakemberek által megfogalmazott trendeket mutatják be.

2010 decemberében a Kutatási Csoport munkatársai részt vettek a **Marketing Intelligence Committee** (MIC) Brüsszelben tartott munkaértekezletén, amelynek témája a folyó ügyek mellett a 2011. évi közös kutatási tevékenység volt.

Az ETC felkérésére a nemzeti turisztikai marketingszervezet két előadással készül az ETC **Market Intelligence Groupjának** (MIG – az összes kutatót összefogó csoport) értekezletére, amely 2011. februárban, Prágában kerül megrendezésre.

### ✓ Tourism Decision Metrics

A Tourism Economics (az Oxford Economics leányvállalata) döntéstámogató előrejelzéseket lehetővé tévő programot fejlesztett ki, Tourism Decision Metrics néven. A programot webkonferencia keretében megismerte és véleményezte az MT Zrt. Kutatási Csoportja.

## CONTACT CENTER

---

A Contact Center vezetékies 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-ben a – hét minden napján 24 órában működő – telefonos szolgálat összesen **29.185 hívást** fogadott. A legtöbb hívás program, szórakozási lehetőség, szálláshely és közlekedés témákban érkezett, ezeket követik a kiadványok utáni érdeklődések.

### Írásos információ-adás:

Az írásos információ-adás zömében e-mailben történt. A 2010-ben összesen **3.699 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

2010-ben immár negyedik alkalommal került kiválasztásra Magyarországon a Kiváló Európai Desztináció projekt keretében egy turisztikai térség. Ezúttal a „Magyarország legígéretesebb természetes vizű desztinációja” címet nyerhette el a 12 pályázó egyike. 2010. április 26-án, zárókonferencia keretében szakmai Döntőbizottság választotta ki az Európai Bizottság által kiírt „Kiváló Európai Desztinációk” magyarországi pályázatának győztesét. A **„Magyarország legígéretesebb természetes vizű desztinációja” címet a Tisza-tó „A Tisza-tavi Túraközpont Hálózat, mint a Tisza-tavi vízi kalandozások túraszervezője” című pályaműve nyerte el.**

Az elismerő címet elnyerő magyarországi térség marketingeszközeinek fejlesztéséhez a Magyar Turizmus Zrt. segítséget nyújt.

#### ✓ Hazai Kiváló Európai Desztinációk találkozója a Tisza-tónál

**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 túraközpont hálózatot.

#### ✓ EDEN díjátadó az Európai Turizmus Nap keretében

Az Európai Bizottság által kiírt „Kiváló Európai Desztinációk” (EDEN - „European Destinations of Excellence”) magyarországi pályázatának győztese, a Tisza-tó, európai társaival együtt az Európai Turizmus Nap keretében vehette át a „Kiváló Európai Desztináció” díjat Antonio Tajanitól, a Bizottság alelnökétől 2010. szeptember 27-én, Brüsszelben.

A nemzetközi piacokon való promóciót a közös európai portálon való megjelenési lehetőség és az Európai Bizottság által a desztinációkról készített film segíti. A pályázat győztese részt vehet

továbbá az Európai Bizottság kezdeményezésében megvalósuló, az európai nyertes desztinációk szakmai együttműködését elősegítő hálózatfejlesztési projektben. A nyertesről magyar és angol nyelvű szakmai összefoglaló készült, továbbá megjelenési lehetőséget kapott a Magyar Turizmus Zrt. microsite-ján, az [eden.itthon.hu](http://eden.itthon.hu) honlapon is.

Az EDEN projektről részletesebben a <http://eden.itthon.hu/> oldalon lehet olvasni.

### MAGYAR TURIZMUS MINŐSÉGI DÍJ

2006-ban került bevezetésre a hazai turisztikai szolgáltatások minőségének egységes és megbízható értékelésére szolgáló Magyar Turizmus Minőségi Díj. Az elmúlt öt évben 99 jelentkező közül 81 szolgáltató kapta meg a kiemelkedő minőségre utaló Díjat, amely 3 évig érvényes, bármikor ellenőrizhető, és a szolgáltatások minőségi romlása esetén visszavonható.

A Díj elnyerése nemcsak szakmai presztízst jelent, hanem a Magyar Turizmus Zrt. segítségének köszönhetően, komoly előnyt is biztosít a díjnyertes szolgáltatók piacra kerülésében. Az elmúlt években a Zrt. minden kiadványában feltüntették a megkülönböztető „Q”/quality/ jelzést, újságokban népszerűsítették és a honlapon kiemelt ajánlatként jelenítették meg a minőségi szolgáltatást nyújtó szállodákat, éttermeket.

### SAKADOLGOZAT-PÁLYÁZAT

A Magyar Turizmus Zrt. 2009-ben kilencedik alkalommal írt ki pályázatot „**Az év turisztikai témájú szakdolgozata**” címmel a turisztikai felsőoktatási intézmények végzős hallgatói részére. A pályázatra 2009 őszén 53 szakdolgozat érkezett. A szakdolgozat-pályázat ünnepélyes eredményhirdetésén, 2010. március 24-én, két kategóriában hirdettek nyerteseket, további négy pályázó pedig különdíjban részesült. Az MT Zrt. 2010-ben második alkalommal ismerte el külön oklevéllel azt a felsőoktatási intézményt, amely a diákok számára a legjobb felkészítést nyújtotta a szakdolgozat-készítés során. A pályázat célja, hogy ösztönözze és továbbfejlessze **a turizmus állami irányítása és a turisztikai felsőoktatási intézmények közötti együttműködést** és szakmai munkát, amely az elmúlt években egyre sokszínűbb lett.

A Magyar Turizmus Zrt. 2010. szeptember 30-i beadási határidővel, tizedik alkalommal meghirdetett szakdolgozat-pályázata iránt minden korábbinál nagyobb érdeklődés mutatkozott: mintegy 70 pályamű érkezett.

### TDM

#### ✓ 3. Országos TDM konferencia, Balatonfüred, 2010. október 21-22.

2010. október 21-22-én zajlott a 3. Országos TDM Konferencia Balatonfüreden. A rendezvény célja elsősorban a magyarországi turisztikai desztináció menedzsment rendszer kiépítésével kapcsolatos aktualitások ismertetése, illetve a TDM szervezetek közötti tapasztalatcsere elősegítése volt. **Horváth Gergely**, a Magyar Turizmus Zrt. vezérigazgatója a konferencián stratégiai partnerséget kínált a TDM szervezetek részére. Ennek keretében a társaság saját tevékenységeit a TDM szervezetek elképzeléseivel összhangban és szoros együttműködésben kívánja folytatni. Fontos különbség, hogy a helyi TDM szervezetek elsősorban a vendég kiszolgálásával, míg a térségi és regionális TDM szervezetek a turisztikai kínálat – elsősorban belföldi – piacra vitelével foglalkoznak. A TDM szervezetekkel történő együttműködés lehetőséget ad a keresleti trendek gyorsabb követésére, hiszen a turisztikai szolgáltatók képesek lesznek ezt közvetíteni. Ugyancsak kiemelt szempont, hogy a közös célok mentén elvégzendő szervezetfejlesztés keretében a rendelkezésre álló Európai Unió forrásokat hatékonyan használjuk fel, akár marketingcélokra is. Dr. Bóka István, Balatonfüred polgármestere a város példáján keresztül mutatta be a jelentős fejlődésen átment desztinációt, amihez a helyi TDM szervezet is hozzájárult tevékenységével. Ennek eredményeként a város sikeresen szerepelt az

elmúlt évi TDM pályázaton, és felkészülten várja a további TDM szervezeti szinteket is célzó pályázati kiírásokat. A program további részeként Fábián Eszter, a Nemzetgazdasági Minisztérium szakmai tanácsadója ismertette a közeljövő turisztikai kormányzati elképzeléseit, az Új Széchenyi Terv egészségiparhoz kapcsolódó fejlesztési irányait, illetve a TDM rendszer kiépítésének aktuális lépéseit.

A TDM szervezeteknek a konferencián lehetőségük adódott továbbá a TDM pályázati rendszer megismerésére, az egymás közötti tapasztalatszerésre, illetve a legjobb gyakorlataik bemutatására. Ennek keretében elsősorban a szolgáltatásfejlesztési kezdeményezéseiket és szervezeti tapasztalataikat osztották meg egymással. A résztvevők, szekcióülések alkalmával megvitatták a TDM képzések témakörét is, a balatoni TDM szervezet továbbfejlesztésének lehetőségeit, illetve egy országos TDM szakmai ernyőszervezet létrehozásának a feltételeit.

A TDM szervezetekkel kapcsolatban bővebb információt az MT Zrt. által szerkesztett alábbi oldalon találhatnak az érdeklődők: [www.desztinaciomenedzsment.hu](http://www.desztinaciomenedzsment.hu)

## **ELISMERÉSEK**

### **✓ Ismét Superbrands díjas lett a Magyar Turizmus márka**

A Magyarországon hat éve sikerrel működő Superbrands program keretében 2010-ben is odaítélték a legjobb fogyasztói márkáknak járó díjakat. A címmel minden esetben hosszú távú és tudatos márkáépítési tevékenységet jutalmaznak. A 16 tagú, független marketing- és kommunikációs szakemberekből álló bizottság döntésének értelmében **a Magyar Turizmus márka 2010-ben is Superbrands minősítést kapott.** A márka a 2009. év után immár másodszer részesült a nemzetközileg elismert Superbrands Program díjában.

### **További elismerések:**

- ✓ Elismerések az MT Zrt.-nek az Utazás 2010 kiállításon
- ✓ Elismerés a Magyar Turizmus Zrt. orosz kiadványának
- ✓ Elismerés az MT Zrt. ukrán külképviseletének
- ✓ Rangos elismerés az MT Zrt. reklámeszközeinek Ausztriában
- ✓ Elismerésben részesült a Magyar Turizmus Zrt. oroszországi külképviselete
- ✓ Elismerésben részesült a Magyar Turizmus Zrt. moszkvai külképviselet-vezetője "A turizmus területén kifejtett tevékenységéért".
- ✓ Különdíjat nyert a Magyar Turizmus Zrt. Fesztiválbusza az Arany LollyPOP reklámversenyen

---

### ***További információk:***

**Magyar Turizmus Zrt.**  
**Kommunikációs Iroda**  
Tel.: 488-8748,  
Fax.: 488-8691  
E-mail: [pr@itthon.hu](mailto:pr@itthon.hu)  
Internet: [www.itthon.hu](http://www.itthon.hu)