



**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

# **A MAGYAR TURIZMUS ZRT. MARKETINGBESZÁMOLÓJA**

## **2011. ELSŐ NEGYEDÉV<sup>1</sup>**

---

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

## Tartalomjegyzék

<b>VEZETŐI ÖSSZEFOGLALÓ</b> .....	3
<b>BEVEZETÉS</b> .....	5
A MAGYAR TURIZMUS ZRT.....	5
<b>BELFÖLDI KOMMUNIKÁCIÓ</b> .....	6
TURISZTIKAI TERMÉKEKHEZ KAPCSOLÓDÓ MARKETINGAKCIÓK.....	6
BOR ÉS GASZTRONÓMIA.....	6
VENDÉGBARÁT MAGYARORSZÁG.....	7
AZ MT ZRT. REGIONÁLIS MARKETING IGAZGATÓSÁGAINAK KIEMELT AKCIÓI.....	7
<b>KÜLFÖLDI KOMMUNIKÁCIÓ</b> .....	8
KIEMELT MARKETINGAKCIÓK .....	9
BUDAPEST WINTER INVITATION 2010/2011 .....	9
HIVATÁSTURIZMUS.....	10
<b>SZAKMAI EGYÜTTMŰKÖDÉSEK</b> .....	11
MEGOSZTOTT SZAKMAI TEVÉKENYSÉGEK.....	11
LÉGI MARKETING ALAP .....	11
MAGYARORSZÁG SOROS EU ELNÖKSÉGÉT NÉPSZERŰSÍTŐ MARKETINGAKCIÓK ....	13
V4 EGYÜTTMŰKÖDÉS.....	14
TÁMOGATÓ SZAKMAI TEVÉKENYSÉGEK.....	14
TOURINFORM KOORDINÁCIÓ .....	15
TDM .....	15
PIACKUTATÁS.....	15
TOVÁBBI SZAKMAI EGYÜTTMŰKÖDÉSEK.....	17
<b>MARKETINGESZKÖZÖK</b> .....	18
KIÁLLÍTÁSOK, VÁSÁROK, RENDEZVÉNYEK .....	18
SAJTÓKAPCSOLATOK .....	19
BELFÖLD .....	19
KÜLFÖLD .....	20
KÜLFÖLDI MÉDIA ÉS SZAKMAI TANULMÁNYUTAK.....	20
KIADVÁNYOK .....	20
E-MARKETING.....	22
<b>EGYÉB</b> .....	22
CONTACT CENTER .....	22
MAGYAR TURIZMUS MINŐSÉGI DÍJ.....	23
ELISMERÉSEK.....	23

## VEZETŐI ÖSSZEFOGLALÓ

A Magyar Turizmus Zrt. 2011. első negyedében közel **400 marketingakciót** szervezett.

**Belföldön** a nemzeti turisztikai marketingszervezet **szemléletformáló** kampányt, vagy más szóval inkább **mozgalmat** indít idén, amelynek célja a belföldi utazás szélesebb körben való meghonosítása. Stratégiai cél, hogy **a belföldi utazás mozgalommá, értékévé és trenddé** váljon. A szemléletformáló kampány felvezetéseként a társaság márciusban elindította **belföldi forgalomélenkítő taktikai kampányát** szálláshely-szolgáltatókkal együttműködésben. Szintén márciusban zajlott idén immár hatodik alkalommal a Zrt. **Torkos Csütörtök** akciója, amely 2011-ben is nagy sikert aratott és **51,8 millió Ft hírértéket** generált. A belföldi turizmus népszerűsítésében nagy szerep jut az **MT Zrt. Regionális Marketing Igazgatóságainak is**.

**Külföldön**, az MT Zrt. külképviseletei által szervezett akciók mellett, nagyszabású, központi akciókkal is Magyarországra irányította a figyelmet a nemzeti turisztikai marketingszervezet. A társaság 2010. november 15. és 2011. március 31. között immár ötödik alkalommal szervezte meg a **Budapest Winter Invitation (BWI)** téli forgalomélenkítő kampányt, melynek célja továbbra is Budapest mint vonzó turisztikai desztináció népszerűsítése, valamint a főváros utó- és előszezon vendégforgalmának növelése. A BWI értékelésére a második negyedévben, áprilisban kerül sor.

A Magyar Turizmus Zrt. „Új vizeken” c. 2011. évi marketingtervében kiemelt területként szerepel az ún. **feltörekvő piacokon** (Arab-öböl térsége, Dél-Amerika és Ázsia) **való megjelenés**, aktív turisztikai marketingtevékenység végzésével.

Az MT Zrt. – a turisztikai szolgáltatók bevonásával – több, az Arab térségbe és Indiába irányuló marketingakciót szervezett az első negyedévben, összhangban a Qatar Airways járatnyitásával.

Ezek között a legfontosabbak a széles körű szakmai egyeztetések, a szakmai prezentációk, kiállítási részvételek (SATTE és OTM - India, ATM - Dubaj *szervezés alatt*), valamint a szakmai- és sajtó tanulmányutak.

Az arab térségbe irányuló marketingakciók elindítása után a Magyar Turizmus Zrt. a délszláv országokban is – Szlovénia, Szerbia és Horvátország – aktív marketingtevékenységbe kezdett. Az ún. B2C (business to customer) piacok közé sorolt délszláv országokban, főként lakossági kommunikációs tevékenységgel kívánja felhívni a szlovén, szerb és horvát utazók figyelmét Magyarország turisztikai kínálatára a nemzeti turisztikai marketingszervezet.

A nemzetközi beutazó hivatásturizmus ösztönzése érdekében az MT Zrt. 2011 során is folytatja **Konferencia Nagyköveti Programját**, amelynek keretében az év első három hónapjában két szervezet pályázata részesült pozitív elbírálásban. Az MT Zrt. Magyar Kongresszusi Irodája **2011-ben újraindította a Sportnagyköveti Programot**, melynek célja nemzetközi sportesemények Magyarországra hozatala, ezzel jelentős bevételi forrást biztosítva a turisztikai szakma számára. A programban szintén két szervezet pályázata részesült pozitív elbírálásban a 2011. január-márciusi időszakban.

A Magyar Turizmus Zrt. által újjászervezett **Légi Marketing Alapnak (LMA)** is köszönhetően rövid időn belül már hat új – Magyarországra irányuló – légi járat nyitásáról született döntés. 2011. első negyedében közvetlen légi összeköttetés nyílt Budapest és Katar fővárosa, Doha között, valamint Budapest és Barcelona között a Qatar Airways, illetve a Malév járatainak köszönhetően.

Tekintettel arra, hogy **Magyarország soros EU elnöksége** a turizmus jelentős felértékelődését és fejlődését is hozhatja hazánknak, a Magyar Turizmus Zrt. – a Külügyminisztériummal és egyéb társintézményekkel együttműködésben – számos marketingeszközzel és akcióval járult hozzá hazánk sikeres szerepléséhez 2011. január-márciusban is.

A Magyar Turizmus Zrt. nagy hangsúlyt helyez a turisztikai szolgáltatókkal és stratégiai partnerekkel való szoros együttműködésre. A **Budapestre** irányuló vendégforgalom



**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

eredményeinek további javítása érdekében az MT Zrt. **szorosabbra fűzte együttműködését a Budapesti Turisztikai Szolgáltató Központ Nonprofit Kft.-vel (BTSZK).**

Folytatódott a **V4 országok turisztikai együttműködése** *The European Quartet – One Melody* (Európai négyes-közös dallam) márkanév alatt, amelynek keretében, hazánk India legnagyobb turisztikai szakmai vásárán (SATTE) és a brazil túraszervezők szakmai szövetségének (BRAZTOA) éves szakmai workshopján is képviseltette magát 2011 első negyedévében.

A társaság által alkalmazott **marketingkommunikációs** eszközök – kiállítások, vásárok, szakmai rendezvények, kiadványok, tanulmányutak – megújításának sikerét mutatja például, hogy 2011. január-márciusában **egymás után hét rangos nemzetközi vásáron is díjazták a társaság új standját**, továbbá a tanulmányutak nyomán megjelent cikkek és tudósítások **hírértéke meghaladta a 20,5 millió forintot.**

## 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 Magyar Turizmus Zrt. tevékenysége 2011-től az eredményorientáltság, a hatékonyság és a koncentrált működés alapelvei szerint újul meg.

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. 2011. évi, „Új vizeken” c. teljes **központi marketingterve**, valamint a marketingtervhez **kapcsolódó akciótervek**, vagyis az egyes célpiacok és tevékenységi területek projektekre lebontott értékesítési tevékenysége letölthető a Magyar Turizmus Zrt. [www.itthon.hu](http://www.itthon.hu) címen elérhető honlapjának Szakmai Oldalain belül, a <http://itthon.hu/szakmaioldalak> linkre kattintva.

A Magyar Turizmus Zrt. **2011. január-márciusban** – az akcióterve szerint – **398 marketingakciót** szervezett.

## **BELFÖLDI KOMMUNIKÁCIÓ**

---

A Magyar Turizmus Zrt. **belföldi szemléletformáló** kampányt, vagy más szóval inkább **mozgalmat** indít idén, amelynek célja a belföldi utazás szélesebb körben való meghonosítása, vagyis annak elérése, hogy a háztartások turisztikai célra szánt megtakarításaiból minél többet az országhatárokon belül sikerüljön tartani. Arra törekszik a társaság, hogy a belföldi utazás ne csak azok körében legyen társadalmilag elfogadott, akik a külföldit eleve nem engedhetik meg maguknak. Ez a gyakorlatban stratégiai szemléletformáló kampányokkal érhető el. Hosszú távon ugyanis az üdülési csekk vagy rekreációs kártya mellett, stratégiai kampányokkal tudunk mélyebb okot adni a belföldi tartózkodásra. Cél, hogy s **a belföldi utazás mozgalommá, értékévé és trenddé** váljon.

Az MT Zrt. **belföldi lakossági kommunikációja** alapvetően három területre oszlik az idei évtől: **központi stratégiai kampányokra, központi programajánló (taktikai) kampányokra és regionális programajánló (taktikai) kampányokra**. Az elmúlt években számos sikeres turisztikai kezdeményezés vált állandósult promócióvá (pl. Torkos Csütörtök), melyek központi népszerűsítését a jövőben is folytatja a nemzeti turisztikai marketingszervezet. Emellett a regionális programajánlók részletes tájékoztatást adnak az egyes régiók turisztikai kínálatáról.

**Az egészségturizmus fókuszba állítása mellett a társaság belföldön folytatja a hagyományos turisztikai termékek** (kulturális turizmus, bor és gasztronómia, aktív turizmus, stb.) **népszerűsítését is**.

### ✓ **Márciusban elindultak a belföldi forgalomélénkítő kampányok**

2011. márciusban három részből álló belföldi taktikai kampányt indított a Magyar Turizmus Zrt. szálláshely-szolgáltatókkal együttműködésben. A kampány egyik elemeként az országos jelentőségű programok népszerűsítése történik központi kommunikáció keretében, másik elemként hat turisztikai régió kedvezményes programjai és csomagajánlatai kerülnek fókuszba regionális kommunikáció formájában, a harmadik pillér keretében pedig belföldi szálláshelyek „kihagyhatatlan hétvégi ajánlatait” kommunikálja a társaság országszerte. **A szolgáltatók a felvezető kampányokhoz ingyenesen csatlakozhattak.**

Az MT Zrt. fokozatosan kapcsolja be a különböző média és egyéb hirdetési felületek, illetve marketingeszközök használatát a belföldi kampányokba, a teljes média-lefedettség eléréséig. Nyárra valamennyi eszközön keresztül – televíziós programajánlók, rádióműsorok, nyomtatott sajtó és online megjelenések, valamint közterületi reklámok – futnak a belföldi lakosságot célzó kampányok.

## **TURISZTIKAI TERMÉKEKHEZ KAPCSOLÓDÓ MARKETINGAKCIÓK**

### **BOR ÉS GASZTRONÓMIA**

#### ✓ **Torkos Csütörtök**

Az MT Zrt. 2011-ben is meghirdette az immár védjeggyé vált Torkos Csütörtök akciót. 2011-ben a néphagyományon alapuló, a hamvazószerdát követő napon zajló akció március 10-ére esett. A csatlakozni kívánó éttermek az MT Zrt. által létrehozott, az idén több új funkcióval is bővült [www.menjunkenni.hu](http://www.menjunkenni.hu) honlapon keresztül regisztrálhatták magukat a hatodik Torkos Csütörtök akcióban való részvételre. **2011-ben több mint 1200 vendéglátóhely csatlakozott a Torkos Csütörtök akcióhoz.**

**Az akció által generált hírérték mintegy 51,8 millió Ft volt.**

**A csatlakozott éttermek körében végzett felmérés legfontosabb eredményei:**

- ✓ 100-ból 73 részt vevő étterem vidéki volt.
- ✓ Átlagosan 164 torkoskodót fogadtak az éttermek, tizből nyolcan előzetesen bejelentkeztek.
- ✓ Jóval kedvezőbb forgalom és bevételek.
- ✓ Elégedett vendégekről számoltak be az éttermek.
- ✓ A vendéglátóhelyek többsége a Magyar Turizmus Zrt.-től értesült az akcióról.
- ✓ Az éttermek fele saját csatornáin is hirdette az akciót.
- ✓ Az éttermek a vendégkör bővülésében bíznak.
- ✓ Minden 100 válaszadó étteremből 92 a jövőben is szívesen venne részt hasonló akcióban.

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

*A következő Torkos Csütörtök időpontja: 2012. február 23.*

- ✓ Hazánk turisztikai kínálatába is belekóstolhattak a **Kézműves Magyar Ízek Vásárának** látogatói (2011. február 11-13.)
- ✓ A Magyar Turizmus Zrt. az Idegenvezetők Szövetsége, valamint a Budapesti Kereskedelmi és Iparkamara megkeresésére prospektusokkal és **kiadványokkal járult hozzá** február 27-én megrendezett az **Idegenvezetői Világnaphoz**.
- ✓ Magyarország (bor)turisztikai kínálata is bemutatkozott a **VinCE 2011 rendezvényen** (2011. március 19-20.)

## **VENDÉGBARÁT MAGYARORSZÁG**

- ✓ **„Virágos Magyarországért” verseny**

A Virágos Magyarországért Szervező Bizottsága idén **tizennyolcadik alkalommal** hirdeti meg a versenyt. A **jelentkezési határidő: 2011. május 30.** A verseny szervezéséhez a Magyar Turizmus Zrt. biztosítja a működési hátteret.

További információ: [www.viragosmagyarorszag.hu](http://www.viragosmagyarorszag.hu)

- ✓ **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. A Rozmaring Díj elnevezés egyrészt utal arra, hogy az elismerésnek 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 2010. évi Rozmaring Díjak átadására március 3-án, az Utazás Kiállítás megnyitóján került sor. A díjazottak listája az MT Zrt. [www.itthon.hu](http://www.itthon.hu) oldalának Sajtószoba menüpontja alatt érhető el.

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

A 10 éve működő regionális marketingigazgatóságok munkája 2011-től elsősorban belföldre koncentrál; értékesítés-ösztönző tevékenységük erősödik. A tervezett kampányokon túl továbbra is megtartják régiós „szakmai motor” szerepüket: a turisztikai szektor szereplőit összefogva a térséget, illetve a szolgáltatók ajánlatait együttesen népszerűsítik. A szolgáltatókon kívül az

önkormányzatokkal, a Tourinform irodákkal és az alakulóban levő TDM szervezetekkel tovább erősítik szakmai kapcsolataikat.

✓ **Turisztikai régiók az Utazás Kiállításon**

A 2011. március 3-6. között megrendezett Utazás 2011 – 34. Nemzetközi Idegenforgalmi Kiállításon valamennyi turisztikai régió egy pavilonban képviseltette magát, közel 1900m<sup>2</sup>-en.

**Balaton Regionális Marketing Igazgatóság**

- ✓ **Balaton7 egyeztető fórum** – 2011. február 15.
- ✓ Balaton régió az év első 3 hónapjában **5 belföldi regionális turisztikai vásáron** mutatta be a régió turisztikai kínálatát (Miskolc, Szeged, Debrecen, Pécs, Szolnok)
- ✓ **Balaton fotópályázatot hirdetett az MT Zrt.** „BALATON, SZÉP ÉS EGÉSZSÉGES” az Utazás kiállításon. A pályaműveket a Magyar Turizmus Zrt. folyamatosan fogadja 2011. június 30-ig.

**Dél-Alföld**

- ✓ **Szakmai fórumra hívta** az MT Zrt. Dél-alföldi Regionális Marketing Igazgatósága a régió szolgáltatóit – 2011. március 22.
- ✓ Dél-Alföld régió **Debrecen és Pécs turisztikai vásárain** mutatkozott be 2011 márciusában

**Észak-Magyarországi Regionális Marketing Igazgatóság**

✓ **Évindító wellness ajánlatok Észak-Magyarországon**

A Magyar Turizmus Zrt. Észak-Magyarországi Regionális Marketing Igazgatósága honlapján összegyűjtötte a régió kedvezményes évindító wellness ajánlatait, amelyek közül mindenki megtalálhatta a számára legmegfelelőbb pihenési lehetőséget.

- ✓ Észak-Magyarországon forgatott 2011 márciusában az **MTV Magyarország c. műsorának stábja** az MT Zrt. együttműködésében

**KÜLFÖLDI KOMMUNIKÁCIÓ**

---

A nemzeti turisztikai marketingszervezet véges forrásai miatt nem mindenhol lehet jelen marketingkommunikációval. A társaság ezért az egyes célországokat két kategóriába – B2C, illetve B2B piacok – sorolta üzleti potenciál, trendek és utazási szokások szerint. Az ehhez képzett súlyozott mutatószám meghatározásánál figyelembe vette a vendégéjszakák számát és növekedési (csökkenési) ütemét, valamint az adott piac szervezett utazásainak arányát.

Az ún. **B2C csoportba** tartoznak azok az országok, **ahonnan a turisták jellemzően egyénileg, vagy nagy számban érkeznek.** Ezzel szemben a **B2B országokból** nézve Magyarország távoli, egzotikus úti cél, ezért a **turisták kevesebben, és jellemzően szervezeten, azaz utazási irodákon keresztül érkeznek.** Ilyen országokban célravezetőbb az utazásszervezők megnyerésére helyezni a hangsúlyt.

**B2C piacok**

Ausztria  
Benelux államok  
Csehország  
Délszláv államok  
Egyesült Királyság

**B2B piacok**

Egyesült Államok  
Észak-Európa  
Izrael  
Japán  
Kína



**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

Franciaország  
Lengyelország  
Németország  
Olaszország  
Románia  
Svájc  
Szlovákia

Oroszország  
Spanyolország  
Ukrajna

### **Feltörekvő piacok**

Ázsia – különösen Kína, India  
Arab-öböl országai  
Dél-Amerika

A **B2C országokban a lakossági kommunikáció, a B2B piacokon a szakmai értékesítés-ösztönzés** kerül előtérbe. Mivel azonban nincs értékesítés-ösztönzés kommunikáció nélkül és fordítva, a besorolás fókuszot, és nem kizárólagosságot jelöl.

A **feltörekvő piacokon** a bennük rejlő potenciál okán aktívabban jelenik meg a Magyar Turizmus Zrt.

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

## **KIEMELT MARKETINGAKCIÓK**

### **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. A Magyar Turizmus Zrt. az idei évben megduplázta, 100 millió forintra emelte a kampány népszerűsítésére fordított költségvetését.

A BWI kampány minden évben kiemelt stratégiai partnerek bevonásával valósul meg. **Az ötödik marketingakció együttműködő partnerei voltak:** 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.

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

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 tartalmazott, így a BWI vendégek fővárosunk egyéb nevezetességei mellett történelmi fürdőink gyógyító, pihentető hatásait is megismerhették.

A kampány számos kedvezménnyel csábította az utazókat a magyar főváros téli turisztikai kínálatának felfedezésére. **A három vagy négy éjszakára érkező vendégek amellet, hogy az utolsó éjszakát ingyen kapták,** – a BWI akció újdonságaként – **egy kuponokból álló vouchert is átvehettek** a kampányhoz csatlakozott szállodák recepcióján. Az egyes kuponokkal a vendégek egyszeri, ingyenes napi belépőt vehettek igénybe a magyar főváros megjelölt történelmi

fürdőinek – Gellért, Rudas vagy Széchenyi fürdő – valamelyikében, továbbá kedvezményesen vásárolhattak Budapest Kártyát és vehetnek részt hajós, illetve buszos városnézésen. A szigorú sorszámozású, egységes, BWI arculatos voucherfüzeteket a Magyar Turizmus Zrt. az igényeknek megfelelően, folyamatosan biztosította a partnerszállodák részére.

Az akció részletei az utazók az **új arculati elemekkel bővült BWI-honlapon**, a [www.budapestwinter.com](http://www.budapestwinter.com) portálon voltak elérhetők. Az oldal – amely az eddigi évekhez hasonlóan 8 nyelvű – a Malév járatfoglaló és a lastminute.com szállásfoglaló rendszerével is kiegészült.

### **Marketingeszközök**

Az ötödik Budapest Winter Invitation kampányt a Magyar Turizmus Zrt. számos marketingeszközzel népszerűsítette. Újdonság volt, hogy a Társaság 2010/2011-ben szorosan együttműködött a **lastminute.com** portállal, amelynek keretében a nemzetközi piacvezető utazási weboldal brit, német, francia, spanyol, olasz, svéd, dán és norvég honlapjain önálló **BWI microsite** segítette 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 csábította 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 segítették a BWI kampány promócióját.

A BWI eredményeiről a második negyedévben számolunk be.

## **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 2011-ben is folytatódik.

#### **Pozitív elbírálásban részesült pályázatok:**

- 2011 februárjában a Magyar Édességgyártók Szövetségének pályázata pozitív elbírálásban részesült.
- 2011 márciusában a BMW Autóklub pályázata részesült pozitív elbírálásban, melynek eredményeként 2012-ben a BMW Klubok Európai Találkozója Budapesten kerül megszervezésre.

#### **✓ Ajánlatkérések:**

2011 első negyedévében a Magyar Kongresszusi Irodához **25 ajánlatkérés** érkezett be és került megválaszolásra.

- ✓ **Statisztika:** A Magyar Turizmus Zrt. Magyar Kongresszusi Irodája (MKI) partnerei közreműködésével 2010-ben is figyelemmel kísérte a magyarországi rendezvénypiac

változásait, trendjeit<sup>2[1]</sup>. A 2010. évi eredményeket 2011 márciusában publikálta az MT Zrt.

### ✓ Sport Nagyköveti Program

A Magyar Kongresszusi Iroda **2011-ben újraindította** 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.

#### Pozitív elbírálásban részesült pályázatok:

- A Magyar Kézilabda Szövetség pályázata
- A Magyar Úszó Szövetség pályázata

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

## **SAKMAI EGYÜTTMŰKÖDÉSEK**

---

### **MEGOSZTOTT SZAKMAI TEVÉKENYSÉGEK**

Megfelelő céltámogatás birtokában a társaság partnerszervezetekkel közösen egyedi feladatokat is ellát. 2011-ben a három kiemelt terület a Légi Marketing Alap, a V4 együttműködés és Magyarország első félévi EU-elnöksége.

#### **LÉGI MARKETING ALAP**

Rövid időn belül már hat új – Magyarországra irányuló – légi járat nyitására született döntés a Magyar Turizmus Zrt. által újjászervezett Légi Marketing Alapnak (LMA) is köszönhetően. Magyarország mint turisztikai desztináció jobb megközelíthetőségének biztosítása érdekében a nemzeti turisztikai marketingszervezet a lehetőségek felmérése után a magyarországi repülőterek képviselőivel közösen, több mint 20 potenciális légitársasággal folytatott tárgyalásokat. Az LMA felhasználásával a légi közlekedés szereplői, a hazai turisztikai szolgáltatók és az MT Zrt. közös marketingtevékenységet folytatnak a megcélzott küldőpiacokon, a potenciális új járatok mind jobb kihasználtsága és fenntartható, folyamatos üzemeltetése érdekében.

A Légi Marketing Alapra fordított keret sokszorosán megtérül, konkrétan mérhető eredményei az új járatokkal érkező utazók által a hazai kereskedelmi szálláshelyeken eltöltött vendégéjszakák számában mutatkozik meg. A Magyar Turizmus Zrt. úgy véli, hogy jövőre az LMA-ra 2011-ben elkülönített 300 millió forintos keretet – amelyet az érintett szolgáltatók és intézmények hozzájárulásai egészítenek ki – mindenképpen szükséges megemelni annak érdekében, hogy további új légi járatok érkezzenek Magyarországra.

A nemzeti turisztikai marketingszervezet 2010. december 1-jén stratégiai marketing együttműködési megállapodást írt alá a **Budapest Airport Zrt.**-vel, amelynek célja, az

---

<sup>2[1]</sup> A Magyar Kongresszusi Iroda 2001 óta negyedéves gyakorisággal gyűjt és dolgoz fel adatokat a magyarországi konferenciaturizmusról, több száz szolgáltató segítségével.

utasforgalom növelése a Budapestre irányuló repülőjáratokon, továbbá, hogy új európai és közel-keleti járatok, majd újabb észak-amerikai és ázsiai járatok érkezzenek a magyar fővárosba.

A budapesti forgalom növelése mellett kiemelt cél a **nagyobb vidéki repülőtereink – Debrecen, Sármellék és Pécs-Pogány**– forgalmának fejlesztése is.

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

### **AZ LMA 2011. évi eddigi eredményei:**

A Légi Marketing Alap keretében folytatott tárgyalások eddig a következő új járatok indításáról való döntéseket szolgálták:

- ✓ 2011. január 17-től az ötcsillagos **Qatar Airways** – a legnagyobb arab légitársaságok közül elsőként – heti négy járatot üzemeltet Budapest és Katar fővárosa, Doha között, amellyel az Arab-öböl menti országok mellett számos ázsiai ország, beleértve Indiát, illetve Ausztrália utazói is könnyebben elérhetik a magyar fővárost, köszönhetően a légitársaság által kínált csatlakozási lehetőségeknek.
- ✓ Március 27-től újabb közvetlen légi összeköttetés nyílt **Budapest és Barcelona** között azzal, hogy a **Malév** heti négy alkalommal közlekedtet járatot a két város között.
- ✓ A magyar főváros 2011. áprilistól ismét közvetlenül elérhető New York-ból az **American Airlines** (AA) naponta közlekedő New York-Budapest járatával. Az American Airlines a Malévhoz hasonlóan a **oneworld** szövetség tagjaként működik, ezért a járatnyitás kapcsán a Malévval is együttműködik az MT Zrt.
- ✓ Az Egyesült Királyság egyik fapados légitársasága, a **Jet2.com** 2011. április 21-től Manchester mellett Edinburgh-ból is indít járatokat Budapestre. Az új járattal az utazók heti három alkalommal érhetik el Skóciából a magyar fővárost.
- ✓ Lettország nemzeti légitársasága, az **airBaltic** 2011. május 16-tól heti négy járattal biztosít Riga és Budapest között légi összeköttetést, amellyel nemcsak a balti államokból, hanem a kényelmes csatlakozási lehetőségeknek köszönhetően Skandináviából, Oroszországból és a FÁK országokból is tovább javul Magyarország megközelíthetősége.
- ✓ 2011. május 27-től menetrendszerinti charter járatok indulnak a Hamilton International Airportról (Toronto) Budapestre a FlyCentralEurope.com, a Hamilton és a Budapest Airport együttműködésében, valamint Kanada egyik vezető touroperátorának közreműködésében.

A tárgyalások első szakasza lezártnak tekinthető, mivel a légitársaságok már meghirdették az idei évre vonatkozó menetrendjeiket.

2011. májusban folytatódnak az egyeztetések, a **Routes Europe** járatfejlesztési workshopon, Szardínián, amelyen közösen vesz részt és folytat tárgyalásokat az MT Zrt. és a Budapest Airport annak érdekében, hogy minél több új légi járat kösse össze Budapestet az európai desztinációkkal. Az észak-amerikai és ázsiai járatokról elsősorban az őszi **World Routes** workshopon, Berlinben nyílik lehetősége a partnereknek tárgyalásokat folytatni, a távoli járatnyitásokhoz azonban általában 2-3 év előkészület szükséges.

A Magyar Turizmus Zrt. kiemelt figyelmet fordít a nemzetközi vidéki repülőterek forgalmának fejlesztésére is. Az LMA keretében az MT Zrt. a turisztikai szolgáltatókkal együttműködésben 2011-től közösen népszerűsíti a **Salamon Reisen** Drezda, Lipcse és Erfurt városokból

Debrecenbe és Sármellékre közlekedő Hamburg Airways járatait, továbbá a Lufthansa járatokat megtöltő **Mutsch Reisen** Frankfurt, Düsseldorf és Hamburg városokat Sármellékkal összekötő járatait és a touroperátor új Berlin-Sármellék légi járatát. A járatokhoz kapcsolódó marketingtevékenység a Magyar Turizmus Zrt. németországi külképviseletének koordinációjában valósul meg.

## MAGYARORSZÁG SOROS EU ELNÖKSÉGÉT NÉPSZERŰSÍTŐ MARKETINGAKCIÓK

Magyarország EU elnöksége jelentős turisztikai bevételeket generálhat hazánk számára 2011 első hat hónapjában. Rövid távú hatásként lendületesen bővíthet 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 hazánk számára, a Magyar Turizmus Zrt. a Külügyminisztériummal és egyéb társintézményekkel együttműködésben számos marketingeszközzel és akcióval kíván hozzájárulni hazánk sikeres szerepléséhez.

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

A Magyar Turizmus Zrt. lobbi tevékenységének köszönhetően hazánk EU elnökségének időszaka alatt, 2011. április 20-án, Budapesten kerül sor a 35 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.

Magyarország 2011. első félévi EU-elnöksége turisztikai programjában kiemelt jelentőséggel bír, hogy 2011. május 12-13-án **magas szintű turisztikai konferenciára** kerül sor Budapesten, melyen az Európai Unió valamennyi tagországának turizmusért felelős, magas rangú, turizmus irányításában érintett állami irányító és marketing szakemberei, valamint az európai és hazai turisztikai szakmai szervezetek, turisztikai érdekképviseleti szervek képviselői vesznek részt. A konferencia várható létszáma 250 fő, lebonyolításra a Parlamentben kerül majd sor. Magyarország sikeres bemutatása, a turisztikai szakma és ennek következtében a beutazó turizmus jövőbeni alakulása szempontjából rendkívüli fontossággal bír ez az esemény.

2011 első negyedében az MT Zrt. közreműködésével számos turisztikai marketingakció valósult meg hazánk soros EU elnöksége kapcsán, ezek közül néhány:

- ✓ 2011. január 6-án, a **BBC World News** honlapon egy rendkívül érdekes cikk jelent meg Magyarországról. Nick Thorpe, a BBC budapesti tudósítója részletesen elemezte mit is jelent hazánk számára az, hogy 2011. januártól fél éven át betölti az Európai Unió soros elnöki tisztét.
- ✓ Magyarország soros EU-elnöksége és a jubileumi Liszt Év apropóján 2011 januárjában **hazánk** volt a **díszvendége** Közép-Európa legnagyobb szabadidős és utazási vásárának, a bécsi **FERIEN Messének**.
- ✓ 2011. január 11-én **Tallinn-ban** került sor magyar prezentációra.

- ✓ 2011. január 20-án az EU elnökséghez kapcsolódó **gazdasági szemináriumon** hazánk turizmusa is bemutatkozott.
- ✓ Ausztriában különleges ünnepi koncerttel vette kezdetét a **Liszt Ferenc Emlékév** és a 2011. első félévi **magyar európai uniós elnökség**. Az ünnepélyes nyitókoncertet megelőzően a Magyar Turizmus Zrt. társszervezésében az ausztriai gazdasági- és kulturális élet meghatározó szereplői számára **exkluzív fogadásra** került sor.
- ✓ **EU elnökségi ceremónia Dániában** – 2011. február 3.
- ✓ **Rendhagyó MT Zrt. prezentáció a rangos bécsi EBESZ-Bálon** Magyarország soros EU elnöksége jegyében – 2011. február 11.
- ✓ Az EU-elnökség jegyében a **Duna hídjairól nyílt kiállítás** az ausztriai Klosterneuburgban, 2011 februárjában.
- ✓ **Európai Uniós elnökségi rendezvénysorozat Finnországban – turizmussal:** 2011. márciusban
- ✓ **Magyar EU-elnökségi konferencia Bécsben a Duna kulturális- és turisztikai stratégiájáról** - 2011. március 10-11.
- ✓ **EU magyar elnökségi melléklet Brüsszelben**, a Diplomatic World Magazine-ban
- ✓ **Magyar Napok** a brüsszeli Anspach Passage üzletházban: 2011. március

#### V4 EGYÜTTMŰKÖDÉS



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.

- ✓ Magyarország India legnagyobb turisztikai szakmai vásárán – **SATTE**: A rendezvény során a Visegrádi Országok turisztikai kínálata január 28-30. között Újdelhiben, január 31-én a kalkuttai workshopon, február 1-2-án pedig Mumbaiban mutatkozott be.
- ✓ **A brazil utazókért kampányoltak a Visegrádi Országok** a brazil túraszervezők szakmai szövetségének (BRAZTOA) éves szakmai workshopján, 2011. március 23-24. Sao Paoloban
- ✓ **Brazil újságírók és turisztikai szakemberek** jártak Magyarországon, 2011. március 29-31.

#### TÁMOGATÓ SZAKMAI TEVÉKENYSÉGEK

A Magyar Turizmus Zrt. másodlagos szakmai feladatai közé tartozik minden támogató jellegű szakmai tevékenység, beleértve a piackutatás, a TDM koordináció, a Tourinform és a turisztikai koordináció területeit. A társaság fontos szakmai törekvése a Zrt. központjában, régiós igazgatóságain és külképviseletein rendelkezésre álló információk piaci szereplőkkel való megosztása. Támogató és szakmai koordinációs szerep betöltésével szorosabb együttműködések kialakítására törekszik az MT Zrt.

## TOURINFORM KOORDINÁCIÓ

### ✓ Tourinform díjak

A Tourinform Szövetség 2004-ben alapította meg az "**Év Tourinformátora**" díjat, amelyet minden évben a legeredményesebb munkatárs kap. A díj – amely 2011-ben hetedik alkalommal került átadásra – 2011-től a Tourinform Szövetség és a Magyar Turizmus Zrt. közös díja. A Tourinform irodák munkatársai, valamint a Tourinform Szövetség elnökségi tagjainak szavazatai alapján az elismerést az idei évben **Dr. Bocsi Andrea**, a **dunaújvárosi Tourinform iroda vezetője** nyerte el. A díjat a 2011. február 1-jén megrendezett 19. Turisztikai Évadnyitó Fogadáson **Bánki Erik**, az Országgyűlés Sport és turizmus bizottságának elnöke és **Horváth Gergely**, a Magyar Turizmus Zrt. vezérigazgatója adta át.

"Az **Év Tourinform iroda Fenntartója**" címre az MT Zrt. Regionális Marketing Igazgatóságai és a Tourinform Szövetség tettek javaslatot. A tizenegy jelölt a békéscsabai, a dunaújvárosi, a gyenesdiási, a győri, a kaposvári, a mohácsi, a ráckevei, a zempléni, Jász-Nagykun-Szolnok megyei, a veszprémi és a zalaegerszegi Tourinform irodák fenntartói voltak. A döntést a díj kiírója, a Magyar Turizmus Zrt. hozta meg, a próbavásárlás és a jelölési kritériumok alapján. Összesítve a különböző döntési szempontokat, **Győr Megyei Jogú Város Önkormányzata** és a **Győr 2000 Idegenforgalmi Közalapítvány** nyerte el 2010-ben az „**Év Tourinform iroda Fenntartója**” díjat. A díjazott ajándéka az elismerő oklevélén túl a Fenntartó által működtetett Tourinform irodára költhető nettó 1 millió Ft. A díjat **Bánki Erik** és **Horváth Gergely** adta át a 19. Turisztikai Évadnyitó Fogadáson, **Borkai Zsolt**, Győr Megyei Jogú Város polgármestere távollétében **Szombati-Serfőző Eszternek**, a győri Polgármesteri Hivatal Városmarketing és Sport Főosztály főosztály-vezetőjének.

## TDM

2011. március 4-én a TDM szervezetek szerepéről volt szó az Utazás Fórumon. A témában a Magyar Turizmus Zrt. részéről **Katona Ilona**, a társaság Észak-alföldi Regionális Marketing Igazgatóságának vezetője tartott előadást. Ezt követően az MT Zrt. regionális irodáinak képviselői egy szakmai workshop keretében folytattak tárgyalásokat a TDM témában érdeklődő partnerekkel.

## PIACKUTATÁS

### ✓ Statisztika

A Központi Statisztikai Hivatal vendégforgalmi adatai alapján az MT Zrt. Kutatási Csoportja folyamatosan készít statisztikai elemzést az országra, a turisztikai régiókra, valamint a gyógy- és wellness-szállodákra vonatkozóan.

A Kutatási Csoport munkatársai Horváth Gergellyel, az MT Zrt. vezérigazgatójával együtt megbeszélést folytattak a KSH Szolgáltatásstatisztikai Főosztályának vezetőjével, Dr. Probáld Ákossal, valamint a turizmusstatisztikáért felelős osztályvezetővel, Gilyán Csabával a két szervezet közti együttműködésről.

- ✓ **A magyar lakosság utazási szokásai:** A Magyar Turizmus Zrt. 2000 óta évente, majd kétfévente lefolytatott vizsgálatának következő „állomása” a 2010. decemberi lakossági kvantitatív kutatás volt. A legfontosabb eredményeket sajtóközleményben foglalta össze a társaság.
- ✓ **Turizmus Magyarországon 2010:** Az MT Zrt. Kutatási Csoportja magyarul és angolul elkészítette és megjelentette a Turizmus Magyarországon 2010 című, előzetes KSH

adatokat és a Magyar Turizmus Zrt. felméréséből származó adatokat tartalmazó statisztikai kiadványt. A kiadvány megjelenéséről sajtóközleményt is kiadott a nemzeti turisztikai marketingszervezet.

✓ **A legnépszerűbb városok**

A 2010. évi regionális statisztikák alapján az MT Zrt. Kutatási Csoportja elkészítette a kereskedelmi szálláshelyek vendégéjszakáinak száma alapján legnépszerűbb városok listáját. Az eredményeket sajtóközleményben foglalta össze a Zrt. Az első tízben nem szereplő, ugyanakkor a korábbiakhoz képest igen kedvező eredményeket ért Pécis adatai egy külön közleményben szerepeltek.

✓ **A Tisza menti turizmusban részt vevők látogatási szokásai és elégedettsége**

A Magyar Turizmus Zrt. Észak-alföldi Regionális Marketing Igazgatósága (ÉARMI) megbízásából a Szolnoki Főiskola Turizmus-Vendéglátás Tanszéke és a Tiszai Vízügyi Igazgatóságnál nyári Tourist Police gyakorlaton lévő hallgatók felmérést végeztek a Tisza menti turizmusban részt vevők körében többek között a turisták motivációjáról és elégedettségéről. A nem reprezentatív felmérést 2011 januárjában publikálta az MT Zrt.

✓ **Márton-napi Libato(u)r:** Az akcióban részt vevő szolgáltatók körében online megkérdezést végzett és ennek eredményeit feldolgozta a Kutatási Csoport.

✓ **Tourinform mystery shopping:** A Zrt. Kutatási Csoportja 2010. decemberben személyes, telefonos és e-mailben történő mystery shopping kutatást folytatott a Tourinform Koordináció által meghatározott irodákban. A kutatás eredményeit 2011. januárban használta fel az irodák értékelésénél.

✓ A 2011. évi **Torkos Csütörtök akcióban részt vevő éttermek körében** szakmai online **kutatást** végzett az MT Zrt. A részletes eredményekről sajtóközleményben tájékoztatta a turisztikai szakma és a média képviselőit.

✓ A **BWI kampányban részt vevő szállodák és egyéb szolgáltatók körében** szintén online felmérést indított az MT Zrt. Kutatási Csoportja – az elmúlt évekhez hasonlóan. Az eredmények április végére várhatók.

✓ **A 2011. évi belföldi marketingkommunikáció hatékonyságvizsgálata**

A 2011 áprilisában elkezdődött belföldi marketingkommunikációs kampány hatékonyságmérése érdekében az MT Zrt. Kutatási Csoportja online kutatást indított a kampány célcsoportját képező fogyasztói szegmensben. A kutatás röviden kitér a 2011. február-márciusi kampány ismertségére és hatására is, valamint az új, „Szívedhez legközelebb” szlogennel kapcsolatos asszociációkra. A kutatás eredményei 2011. április végére várhatók.

✓ **A magyarországi turisztikai kereslet és kínálat elemzése:** A Nemzetgazdasági Minisztérium Turisztikai Főosztályának kérésére az MT Zrt. Kutatási Csoportja elemzést készített a magyarországi turisztikai kereslet és kínálat alakulásáról a 2004-2010-es időszakban.

✓ **UNWTO:** A Turisztikai Világszervezet jelentéseit az MT Zrt. folyamatosan feldolgozza és továbbítja a szakma felé. A Turisztikai Világszervezet kiadta végleges World Tourism Barometer jelentését a 2010. év legfontosabb mutatóiról. A tanulmány magyar nyelvű összefoglalását az MT Zrt. Kutatási Csoportja elkészítette.

✓ **ETC – Market Intelligence Committee**

Az ETC kutatói munkacsoportja tagjaként a Kutatási Csoport munkatársai többek közt véleményezték a **Tourism Product Development** c. készülő kézikönyv első változatát, a Közel-Keleten folytatott közös kutatás módszertanát, az USA-ban folytatandó kutatás kérdőívét stb.

A Kutatási Csoport munkatársai folyamatosan feltöltik a havi statisztikai adatokat a TourMIS adatbázisba, emellett részt vettek a **TourMIS adatbázis** továbbfejlesztését menedzselő munkacsoportban, a **Tourism Product Development** című kézikönyv szerkesztésében, a **Middle-East** kutatás módszertanának kialakításában, az **USA-kutatás** előkészítésében, az **NTO-k költségvetését** vizsgáló online kérdőív összeállításában, az Argentínáról szóló piaci „profil” szerkesztésében, valamint a **Handbook on Performance Indicators on Marketing Evaluation** című kézikönyv előkészítésében. (Mindkét kézikönyvet a UNWTO és az ETC közösen jelenteti meg.) Az MT Zrt. munkatársai részt vettek továbbá az **ETC Kutatói Közgyűlésén** (Market Intelligence Group Meeting) Prágában, valamint a Market Intelligence Committee (kutatói munkacsoport) brüsszeli értekezletén, ahol a folyó kutatások mellett megvitatásra került a 2011. évi kutatási terv és az ETC kétéves marketingtervének, illetve a hosszabb távú stratégiájának kidolgozása is.

A Middle-East kutatás előzetes eredményeit a Magyar Turizmus Zrt. által a Közel-Kelet kiutazó turizmusáról szervezett workshop keretében mutatta be a nemzeti turisztikai marketingszervezet. A prezentáció a Magyar Turizmus Zrt. szakmai oldalairól letölthető.

- ✓ **A Mintel India kiutazó turizmusáról szóló kiadványa** alapján magyar nyelvű összefoglalást készített az MT Zrt. Kutatási Csoportja. Az elemzés a Magyar Turizmus Zrt. szakmai oldalairól letölthető.
- ✓ **Szakedolgozat-pályázat:** A jubileumát ünneplő, 2010. évi szakedolgozat-pályázatra beérkezett pályaművek elbírálása lezajlott és megkezdődött az eredményhirdetés szervezése. A díjakat a tervek szerint Dr. Horváth Endre helyettes államtitkár és Horváth Gergely, a Magyar Turizmus Zrt. vezérigazgatója adja át.
- ✓ **Információkérők:** A Kutatási Csoport 2011 első negyedévében ismét számos különböző információkérő (minisztérium, szakmai partnerek, vállalkozások, egyetemi/főiskolai hallgatók, média és saját munkatársaink stb.) kérdéseire adott választ személyesen, telefonon, illetve e-mailben.

## TOVÁBBI SZAKMAI EGYÜTTMŰKÖDÉSEK

### BTSZK

- ✓ **Stratégiai együttműködési megállapodást kötött a Magyar Turizmus Zrt. és a Budapesti Turisztikai Szolgáltató Központ, 2011. március 3-án.** Az együttműködés részleteiről az MT Zrt. [www.itthon.hu](http://www.itthon.hu) portáljának Sajtószoba menüpontjában lehet olvasni.

### ETC

A 35 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.

## Az MT Zrt. és a PA Touristik együttműködése

Magyarország legfontosabb turisztikai küldőpiaca továbbra is Németország és a hazai gyógyszállodák is a német vendégeknek köszönhetik a legtöbb külföldi vendégéjszakát. A Magyar Turizmus Zrt. ezért is fogott össze Németország egyik legjelentősebb, gyógy- és wellness turizmusra szakosodott nagyvállalatával, a PA Touristikkal, hogy közösen még több német vendéget csábítsanak hazánk gyógyhelyeire. Az együttműködés keretében a két társaság számos közös marketingakciót bonyolít le.

## Teltházás érdeklődés mellett került sor a Magyar Turizmus Zrt. arab világot és iszlám kultúrát bemutató szakmai rendezvényére 2011. március 21-én.

A nemzeti turisztikai marketingszervezet annak érdekében hívta össze az Arab-öböl térsége felé irányuló turisztikai marketingben érintett szolgáltatók képviselőit, hogy az MT Zrt. munkatársai és meghívott szakértők segítségével pontosabb képet kaphassanak a térségből remélt vendégek speciális igényeiről és utazási szokásairól.

## MARKETINGESZKÖZÖK

### KIÁLLÍTÁSOK, VÁSÁROK, RENDEZVÉNYEK

2011-ben egymás után hét rangos nemzetközi vásáron is díjazták a Magyar Turizmus Zrt. turisztikai standját. Beigazolódni látszik tehát a társaság „Új vizeken” c. marketingtervében megfogalmazott koncepció, miszerint a turisztikai márkakommunikációt egy fő motívumra érdemes építeni. Ez pedig – összhangban az Új Széchenyi Terv Gyógyító Magyarország programjával – a hazai gazdag egészségturisztikai kínálatot is biztosító „víz”. A stratégiai kommunikáció célja a márkaépítés, a taktikai kommunikációban azonban – a korábbi gyakorlatnak megfelelően – a vízkincshez szorosan nem kapcsolódó turisztikai termékeket, attrakciókat is népszerűsíti a nemzeti turisztikai marketingszervezet a kiállításokon és egyéb marketingeszközökön keresztül. A stand nemzetközi elismeréséhez így – az egészségturizmusra fókuszáló látványelemeken kívül – a vonzó (pl. gasztronómiai és kulturális kínálatunkat bemutató) attrakciók, az MT Zrt. széleskörű tájékoztatást biztosító turisztikai kiadványai, valamint az informátorok kedvessége, szolgálatkészsége is hozzájárult.

### BELFÖLD

2011. január- márciusban belföldön **8 turisztikai kiállításon** és vásáron vett részt a Zrt.

2011. március 3-6. között, a Magyar Turizmus Zrt. „Új vizeken” című marketingtervével összhangban az egészségturizmus volt az Utazás 2011 – 34. Nemzetközi Idegenforgalmi Kiállítás belföldi kiemelt témája. Az eseményen mind a Zrt. központi standja mind pedig a turisztikai régiók standjai a kiemelt téma jegyében jelentek meg, emellett a színpadon három napon keresztül zenés-táncos programok szórakoztatták a közönséget.

Magyarország EU elnökségének apropóján a nemzeti turisztikai standon külön információs pultot működtetett a Közigazgatási és Igazságügyi Minisztérium Kormányzati Kommunikációért Felelős Államtitkársága.

Az Utazás Kiállításához kapcsolódó sajtótájékoztatók mellett, a kiállítás ideje alatt került sor a Magyar Turizmus Minőségi Díjak és a Rozmaring Díjak átadására, továbbá egy nagyszabású szakmai tanulmányútra és konferenciára is.

### KÜLFÖLD

A Magyar Turizmus Zrt. 2011. január-márciusban összesen **11 külföldi kiállításon** vett részt. Ezek közül a legjelentősebb a berlini ITB volt.

2011. március 9-én 45. alkalommal nyitotta meg kapuit Berlinben a világ egyik legnagyobb turisztikai vására, az „Internationale Tourismus Börse” (ITB). Az ötnapos vásáron idén 160.000 négyzetméteren 188 ország több mint 11.000 kiállítója mutatta be turisztikai kínálatát. Magyarország az egészségturizmus jegyében rendkívül impozáns, 308 m<sup>2</sup>-es standdal képviseltette magát, a Magyar Turizmus Zrt. szervezésében.

A magyar turisztikai megjelenés a berlini „Internationale Tourismus Börsén” (ITB) is bizonyított. A kiállításon az MT Zrt. standja az európai kiállítók kategóriájában szerezte meg az első helyezést, és ezzel elnyerte a **Best Exhibition Award**-ot, a **Legjobb Európai Standnak járó díjat**.

## SAJTÓKAPCSOLATOK

### BELFÖLD

A Magyar Turizmus Zrt. 2011 első 3 hónapjában **közel 200 hírt, 40 tájékoztatást, illetve sajtóközleményt adott 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.

2011-ben is minden nap jelentkezik az MT Zrt. turisztikai programajánlója az **MTV1 csatornáján, a Ma Reggel c. műsor keretében**. A műsorral a társaság belföldi utazásra kívánja ösztönözni a hazai lakosságot.

Februárban indult szintén az MTV-n a **"Magyarország" című turisztikai magazin** a Magyar Turizmus Zrt. együttműködésével. A műsor február 5-től minden szombaton 15.30-kor jelentkezik az M1-en. Célja szintén a belföldi turizmus népszerűsítése.

2011-ben is átadták az **„Az év turisztikai újságírója” díjat** a 19. Turisztikai Évadnyitó Fogadáson. A Magyar Turizmus Zrt. által 2006-ban alapított díj a turisztikai ügyekben jártas újságírói kör működését és bővítését kívánja segíteni. Azon nagyközönségi újságírók szakmai munkásságát ismeri el, akik áldozatos munkájukkal rendszeres tájékoztatást adnak a magyar turizmus aktuális kérdéseiről, s pozitív írásaikkal hozzájárulnak a turizmus megszerettetéséhez, a Magyarországról kialakult pozitív kép erősítéséhez. A bőséges hazai turisztikai kínálatnak és a belföldi közönséget megcélzó számos marketingakciónak köszönhetően mára egyre több újságíró foglalkozik a turizmussal. A 2010. év turisztikai újságírója díjat **Hunyor Erna Szofia**, a Magyar Hírlap munkatársa vehette át **Bánki Erik**től, az Országgyűlés Sport és turizmus bizottságának elnökétől és **Horváth Gergely**től, a Magyar Turizmus Zrt. vezérigazgatójától 2011. február 1-jén.

Az MT Zrt. márciusban is számos marketingkommunikációs eszközön keresztül népszerűsítette a belföldi turisztikai kínálatot

### SAJTÓESEMÉNYEK

2011. január-márciusban, belföldön a Magyar Turizmus Zrt. az alábbi országos **sajtóeseményeket** szervezte, vagy működött közre ezek megrendezésében:

- ✓ 2011. január 18-án a SPA Hungary Holding Zrt. és a Szent István Egyetem közös sajtótájékoztatót tartott „A fürdővezető szakirányú továbbképzési szak közös alapításáról és az egyetemi képzés indításáról” a Magyar Turizmus Zrt. vezérigazgatójának részvételével.
- ✓ A Magyar Turizmus Zrt. nyílt pályázatot írt ki a 2011. évi üzleti céljainak elérését segítő belföldi és külföldi lakossági marketingkommunikációs stratégia és a stratégiát megvalósító kommunikációs kampányok kivitelezéséhez kapcsolódó reklámügynökségi és

online szolgáltatási feladatok elvégzésére. A kreatív pályázat kiírásának bejelentése kapcsán a Magyar Turizmus Zrt. sajtótájékoztatót tartott január 26-án.

- ✓ 2011. február 4-én sajtótájékoztató keretében jelentették be a 2010. évi Magyar Turizmus Minőségi Díjat elnyert szolgáltatókat és meghirdették a 2011. évi pályázatot.
- ✓ Pécs Megyei Jogú városa sajtótájékoztatót tartott 2011. február 10-én **Pécs, a kultúra városa - az Európa Kulturális Fővárosa évad tapasztalatainak tükrében** címmel. A sajtótájékoztatón Hegyi Zsuzsanna, az MT Zrt. Dél-Dunántúli Regionális Marketing Igazgatóságának igazgatója is előadott.
- ✓ 2011. 02. 24-én a HUNGEXPO szervezésében sajtótájékoztató keretében mutatták be az **Utazás 2011 – 34. Nemzetközi Idegenforgalmi Kiállítás** kiemelt témáit és programjait. A rendezvényen a Magyar Turizmus Zrt. részéről Mártonné Máthé Kinga belföldi irodavezető a nemzeti turisztikai marketingszervezet kiállításon való megjelenéséről tájékoztatta a média képviselőit.
- ✓ A 2011. évi Utazás Kiállítás hivatalos megnyitó ünnepségén (2011. március 3.) vehették át az elismerő oklevelet és a Magyar Turizmus Minőségi Díj táblát a díjazott szállodák és éttermek képviselői.
- ✓ A 2010. évi Rozmaring Díjak átadására március 3-án, szintén az Utazás Kiállítás megnyitóján került sor.
- ✓ 2011. március 25-én a Virágos Magyarországért környezetszépítő verseny Szervező Bizottsága sajtótájékoztató keretében meghirdette a 2011. évi Virágos Magyarországért környezetszépítő versenyt.

## KÜLFÖLD

A Magyar Turizmus Zrt. külképviseletei 2011. január-márciusban összesen 13 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 Sajtószoza menüpontjában.

## KÜLFÖLDI MÉDIA ÉS SZAKMAI TANULMÁNYUTAK

2011. január-márciusban **16 külföldi tanulmányút** keretében **60 fő útszágrót, 7 főt forgatócsoportok képviselőjében, 68 fő turisztikai szakembert és utazási szakembert** fogadott a Magyar Turizmus Zrt. **Mindösszesen 135 fő érkezett Magyarországra a Zrt. vendégeként.** A tanulmányutak nyomán megjelent cikkek és tudósítások **hírértéke meghaladta a 20,5 millió forintot.**

## KIADVÁNYOK

2011. január-márciusban **1.109.680 db** (belföldön 892.530 db, külföldön, pedig 217.150 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

2011 januárjában megjelent a Magyar Turizmus Zrt. szakmai és tudományos folyóirata a **Turizmus Bulletin** XIV. évfolyamának 4. száma, amely elsősorban az egészségturizmussal foglalkozik.

A Vidékfejlesztési Minisztérium Nemzeti Parki és Tájvédelmi Főosztály, Tájvédelmi és Ökoturisztikai Osztályával közösen 2011. februárban elkészült a friss tartalommal ellátott **Élmény? Természetesen!** című nemzeti parkjaink ökoturisztikai kínálatát bemutató kiadvány. A kiadványban, 1-1 oldal hirdetési felülettel helyet kapott a 2010. évi „Az Év Ökoturisztikai Tanösvénye” címet elnyert Ipoly Erdő Zrt., valamint „Az Év Ökoturisztikai Látogatóközpontja” címet elnyert Őrségi Nemzeti Park Igazgatóság. A brosrát az érdeklődők már a márciusi Utazás Kiállításon is a kezükbe vehették.

Aktualizált úthálózattal szállításra került a **Magyarország-Budapest-Balaton szórótérkép** összesen 105.000 példányban.

#### **KÉPVISELETI KIADVÁNYOK**

- ✓ **Januárban debütált a "Spa és Wellness Magyarországon" című orosz nyelvű kiadvány**

Az átszerkesztett és 15.000 példányban újranyomatott prospektusban a legjelentősebb magyarországi fürdőhelyek kerülnek bemutatásra. Az egyes fürdők leírásánál nem marad el az orosz piacon oly fontos táblázatos gyógyvíz-elemzés, valamint a javallatok- és ellenjavallatok felsorolása sem.

- ✓ **Nyugat-Magyarország és Budapest – az ÖBB és az MT Zrt. közös kiadványa**

A brosrák 15.000 példányban készültek: az ÖBB valamennyi érintett vasútállomásán, információs irodákban, illetve a jelentősebb utazási irodákban is kihelyezésre kerülnek. Az MT Zrt. ausztriai képviselete ezen kívül több nagyközönségi vásáron, 10-15 egyéb rendezvényen és workshopon, ausztriai road-show körútjain, valamint információs irodájában terjeszti a kiadványokat.

- ✓ Elkészült a lengyel képviselet **Wegry kraj – SPA&Wellness c.** gyógyfürdőket bemutató és wellness szállodák ajánlatait tartalmazó kiadványa, összesen 10.000 példányban.

#### **REGIONÁLIS KIADVÁNYOK**

2011. januárban szállításra került a **Baltoni vakáció 2011 – szálláshely és étterem ajánló c. magyar nyelvű kiadvány**, összesen 10.000 példányban.

Megjelent az MT Zrt. Dél-Dunántúl Regionális Marketing Igazgatóságának gondozásában a **„Dél-Dunántúl – Ahol élmény az egészség” c.** 2011. évi, regionális üdülési ajánlatokat tartalmazó kiadvány.

Az MT Zrt. Baltoni Regionális Marketing Igazgatósága 15.000 példányban megjelentette a **„Balaton – Wellness” c.** 2011. évi kiadványát, amiben a belföldi wellness ajánlatokon túl, különböző tippeket is adnak az érdeklődők számára, hogy hogyan lehet még egészségesebben élni, mindezt a baltoni régióban.

Az MT Zrt. **Észak-Magyarország** Regionális Marketing Igazgatósága idén is elkészítette 2011. évi, A/5-ös méretű **belföldi regionális rendezvénynaptárát**, ami közel 200 hazai rendezvényt tartalmaz.

20.000 példányban szállításra került az MT Zrt. **Nyugat-dunántúli** Regionális Marketing Igazgatósága francia méretű, belföldi **„2011. évi Rendezvénynaptár és szálláshelyajánlatok” c.** kiadványa is.



A februárban beszállításra került regionális kiadványokon felül még az alábbi kiadványok készültek el márciusban, és jelentek meg a 2011. március 3-6. között megrendezett budapesti Utazás Kiállításon:

- **Tisza-tó:**
  - 2011. évi üdülési ajánlatok (mennyiség: 30.000 db; formátum: A/4)
  - Tisza-tavi pecás kalandok, horgászszsebkönyv gyerekeknek (mennyiség: 20.000 db; formátum: A/5)
- **Észak-Alföld:**
  - 2011. évi belföldi üdülési ajánlatok és programajánló (mennyiség: 50.000 db; formátum: A/4)
- **Budapest-Közép-Dunavidék:**
  - Élményekkel egészségesen! 2011. évi gyógy- és wellness kalauz (mennyiség: 15.000 db; formátum: A/5)
- **Közép-Dunántúl:**
  - 2011. évi rendezvénynaptár (mennyiség: 12.000 db; formátum: A/5-ös méretű, kihajtható naptár)

## E-MARKETING

A Magyar Turizmus Zrt. internetes tevékenysége az általános kommunikáció részeként nem országok, hanem célcsoportok szerint válik külön 2011-ben.

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

2011. első negyedében 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)) több mint **417.000 egyedi látogató**, 521.700 alkalommal látogatta meg, közel **2.200.000 oldalletöltést** generálva.

A 2011. februárban indított [www.menjunkenni.hu](http://www.menjunkenni.hu) oldalra február-márciusban több mint 100.000 látogató volt kíváncsi, a látogatók átlagosan közel 7 percet töltöttek az oldalon, s mintegy 510.000 oldalt töltöttek le. Márciusban, Torkos Csütörtökön (március 10.) közel 20.000 látogatás generálódott.

2010. november 15-én, megújult grafikával elindult a forgalomélénkítő **Budapest Winter Invitation kampány honlapja**, a [www.budapestwinter.com](http://www.budapestwinter.com). Az oldalt január-márciusban több mint 41.000 látogató kereste fel, 47.100 alkalommal, több mint 174.000 oldalt letöltve.

A nemzetközi internetes trenddel lépést tartva az MT Zrt. folyamatosan jelen van a közösségi médiában. A társaság **Facebook**-on üzemeltetett oldalaiért rajongók száma 2011 márciusában meghaladta az **6.300 főt**.

## EGYÉB

---

### 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.

2011. január-márciusban a – hét minden napján 24 órában működő – telefonos szolgálat összesen **5989 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 2011. január-márciusban összesen **866 levél** került megválaszolásra.

### Adatkarbantartás:

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

## MAGYAR TURIZMUS MINŐSÉGI DÍJ

### Hatodik alkalommal adták át a Magyar Turizmus Minőségi Díjat

2006-ban került bevezetésre a Nemzeti Turisztikai Bizottság koordinálásával a hazai turisztikai szolgáltatások minőségének egységes és megbízható értékelésére szolgáló Magyar Turizmus Minőségi Díj, amelyet a magyar turizmus állami irányítása által támogatottan, a szakmai szervezetek és szakemberek bevonásával több éves munkával fejlesztettek ki. A Díj hozzájárul Magyarország pozitív imázsának építéséhez, valamint a magyar turizmus versenyképességének fenntartásához és növeléséhez. Jelentős nemzetközi elismerést jelent, hogy 2007-ben a HOTREC (az EU tagországok szállodai és vendéglátó szövetségeinek szakmai szervezete) akkreditálta a programot. Ennek megfelelően a Magyar Turizmus Minőségi Díj az európai kritériumokat igazoló 2Q jel használatára is jogosultságot ad a díjnyertes éttermeknek és szállodáknak.

2011-ben nemcsak az új nyerteseknek adták át a Díjat, hanem annak a 3 étteremnek és 18 szállodának, akik már második alkalommal nyerték el a Magyar Turizmus Minőségi Díjat.

A Díj elnyerése nem csak szakmai presztízst jelent, de a Magyar Turizmus Zrt. segítségével köszönhetően, komoly előnyt 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.

További információ: <http://itthon.hu/minosegidij>

### ELISMERÉSEK

- ✓ **Első díjat nyert a magyar stand a prágai Holiday World utazási kiállításon a "Legjobb expozíció 60m2 felett" kategóriában.**
- ✓ A Magyar Turizmus Zrt. standja nyerte el a **legszebb nemzeti standnak járó elismerést** a Belgrádban február 24-27. között megrendezett International Fair Of Tourism (IFT) vásáron.
- ✓ **Legjobb attrakció díjat** nyert a Magyar Turizmus Zrt. Észak-Alföldi Regionális Marketing Igazgatósága az Utazás Kiállításon
- ✓ **Magyarországé lett a „Legjobb Európai Stand” az ITB-n**
- ✓ **„Legaktívabb résztvevő” díjjal jutalmazták az MT Zrt.-t a moszkvai Intourmarket kiállításon**
- ✓ **"Desztináció Legjobb Bemutatása" díjat nyert az MT Zrt. standja a Moscow International Travel&Tourism Exhibition - MITT kiállításon**
- ✓ **„Most successful marketing appearance” elismerést nyert az MT Zrt. a zágrábi CroTOUR 4. Nemzetközi Turisztikai Vásáron**
- ✓ **Második helyezést ért el a gyereabalatonra.hu oldal az Iránytű kommunikációs versenyen a non-profit web kategóriában**