

Budapest, 2009. január 15.

A MAGYAR TURIZMUS ZRT. KÖZLEMÉNYE

„ITTHON LÁSS CSODÁT!” MEGKEZDŐDÖTT A KULTURÁLIS TURIZMUS ÉVE 2009

„Itthon láss csodát!” – hangzik a Kulturális Turizmus Éve belföldi szlogenje. Valóban, Magyarország számos – köztük jó néhány felfedezésre váró – „csodát” kínál az utazó számára. A gazdag kulturális kínálatra és a turisztikai szakma véleményére alapozva a Magyar Turizmus Zrt. ezért – a 2006-os „Nagy Ízutazás”, a 2007-es „Zöldturizmus Éve” és a 2008-as „Vizek Éve” sikere után – 2009-re a Kulturális Turizmus Évét hirdette meg.

A témaév célja

A Magyar Turizmus Zrt. 2006 óta egy-egy téma köré fókuszálja belföldi marketingkommunikációs tevékenységét. A témaévek egyfelől lehetővé teszik a források koncentrációját, a külső partnerekkel közös akciókat, másfelől az egy „ernyő” alatt összefogott ajánlatokkal átütőbben és hatékonyabban lehet megjelenni a piacon.

A témaév legfőbb célja a magyar lakosság érdeklődésének felkeltése hazánk kulturális turisztikai kínálatára, a kereskedelmi és magán szálláshelyi vendégéjszakák számának növelése, a belföldi vendégforgalom bővítése, ezáltal a turizmusból származó bevételek növelése. A kampányév segítségével széles rétegek szólíthatók meg és csökkenthető a szezonális is.

A kampány elsősorban belföldre koncentrál, ugyanakkor a kulturális turizmus olyan téma, amely külföldi küldőpiacaink érdeklődésére is számot tarthat, hiszen a magyarországi utazásoknak ez az egyik legfontosabb motivációja. Az MT Zrt. ezért 2009-ben külföldön is nagy hangsúlyt helyez Magyarország kulturális turisztikai kínálatának megismertetésére.

A Kulturális Turizmus Évét a hozzá szorosan kötődő Fesztiválok Éve témaév követi 2010-ben.

A Kulturális Turizmus Éve témái

A témaév programját a Magyar Turizmus Zrt. stratégiai partnerével, az Oktatási és Kulturális Minisztériummal és az érintett szakmai szervezetek közreműködésével állította össze. A Zrt. célja, hogy a kulturális vonzerők gazdáit, az esemény és rendezvényszervezőket, a kulturális és turisztikai médiát, az utazási szakmát, a Tourinform irodákat és más, nem közvetlen turisztikai, de nagyközönségi kapcsolatokkal rendelkező szolgáltatókat a kampányévbe aktív résztvevőként vonjon be.

A kulturális turisztikai kínálatot az MT Zrt. öt téma köré rendezte:

- Bor és gasztronómia
- Élő hagyományok
- Fesztiválok, kulturális rendezvények
- Friss: a XXI. század kultúrája, kortárs művészet
- Városlátogatás

A Kulturális Turizmus Éve arculata

A Kulturális Turizmus Éve során alkalmazott marketingeszközök az általánoshoz igazodó arculattal, ám saját szlogenrel és a témaévre utaló logóval jelennek meg. A témaév kezdetén az MT Zrt. bevezeti az arculatot, amely ernyőként fogja össze a különböző témákat.



A belföldi kampány szlogenje: **Itthon láss csodát!**

A Kulturális Turizmus Éve marketingeszközei

A vendégéjszakaszám növelése érdekében a Magyar Turizmus Zrt. a szolgáltatókkal együttműködve országszerte, egész évre kínál szálláskedvezményeket **2=3, illetve 3=4 akciókkal**. A szálláshelyi kedvezmények biztosítása mellett arra ösztönözi a szolgáltatókat, hogy **kulturális ajánlatokat tartalmazó csomagokat** biztosítsanak a vendégeknek.

A marketingkommunikáció eszközei:

- hirdetések és PR cikkek a legnépszerűbb televízió-csatornákon, napi- és hetilapokban, illetve óriásplakátokon, city light-okon,
- interaktív honlap: www.itthon.hu,
- kiadványok: a témaévet bemutató általános, figyelemfelkeltő kiadvány, eseménynaptár, ajánlati katalógus, kastélykiadvány,
- öt alkalommal megjelenő, országos programfüzet (Exit különszám),
- gerillamarketing,
- bel- és külföldi tanulmányutak,
- utazás kiállítások,
- szakmai rendezvények,
- szóróajándékok

Januárban elkészült a kampányév **honlapja**, a <http://kultura.itthon.hu/> – amely az MT Zrt. www.itthon.hu weboldalának egy aloldalaként működik. A honlapon nem csupán a szálláshelyek ajánlatai között böngészhetnek az érdeklődők, hanem információt kaphatnak a kulturális eseményekről, a turisztikai régiók kínálatáról. A kampányév első nyomtatott kiadványaként elkészült a **falinaptár**, amely eseménynaptárként is használható, hiszen közel kétszáz kulturális eseményt ajánl az olvasók figyelmébe. A naptárat a MOL benzinkutakon és a Tourinform irodákon keresztül terjeszti a Zrt. Szintén elkészült a Kulturális Turizmus Évének beharangozó **kiadványa**, amelyen 5 ismert személy ajánlja az olvasók figyelmébe a kulturális turizmus öt pillérével kapcsolatos attrakciókat, eseményeket. A kampányévet érintő aktuális információkról, a kulturális rendezvényekről, fesztiválokról, valamint kulturális érdekességekről – a honlap mellett – az év során öt alkalommal megjelenő **EXIT különszámokból** is tájékozódhatnak az érdeklődők. Az első szám január 14-én jelent meg.

A csatlakozott szolgáltatók ajánlatai sem csupán a honlapon lesznek láthatók, hiszen az Utazás Kiállításra készül az **ajánlati katalógus**, amely részletesen tartalmazza majd az ajánlatokat. A Zrt. a kiadványok és a honlap mellett természetesen **média-megjelenésekkel** és más, újszerű marketingeszközökkel is népszerűsíti a Kulturális Turizmus Évét.

A Kulturális Turizmus Éve „védnökei”

A Kulturális Turizmus Éve során az öt téma „védnökeként” ismert személyek ajánlják az érdeklődők figyelmébe a kulturális turizmus öt pillérével kapcsolatos attrakciókat, eseményeket. A Zrt. bízik abban, hogy egyre több magyar híresség kötelezi el magát a Kulturális Turizmus Éve valamely pillérének népszerűsítése mellett, ösztönözve az utazókat a hazai sokszínű kulturális turisztikai kínálat felfedezésére.

A Társaság beharangozó kiadványában is már 5 népszerű személyiség hívja fel az olvasók figyelmét a Kulturális Turizmus Évének eseményeire:

- Bor és gasztronómia témában: **Konyári János** - borász
- Fesztiválok, kulturális rendezvények témában: **Novák Péter** - zenész, színész
- Élő hagyományok témában: **Szalóki Ági** - énekes
- Friss: a XXI. század kultúrája, kortárs művészet témában: **Szűcs Zoltán** - koreográfus, előadóművész
- Városlátogatás témában: **Török András** – útikönyvíró

A Kulturális Turizmus Évét megalapozó kutatások

A témaévet megelőzően több, egymásra épülő lépcsőből álló kutatást végzett a Magyar Turizmus Zrt. A kutatások legfontosabb eredményeit a Turizmus Bulletin 2008/3-as tematikus – kulturális turizmussal foglalkozó – számának hasábjain jelentette meg a marketingszervezet.

Az eredmények ismeretében a Magyar Turizmus Zrt. pályázatot hirdetett a Kulturális Turizmus Éve 2009 arculatának és szlogenjének kidolgozásra. A terveket két fókuszcsoporthoz beszélgetés, valamint egy nagymintás megkérdezés keretében tesztelték, amellyel azon arculat, logó és szlogen került kiválasztásra, amely a kampányév céljainak megvalósulását leginkább szolgálja.

A Magyar Turizmus Zrt. központjának, regionális marketing igazgatóságainak és külképviseleteinek – a Kulturális Turizmus Évéhez kapcsolódó – tevékenységét részletesen is tartalmazó 2009. évi marketingtervek letölthetők a www.itthon.hu honlap szakmai oldalain belül, a <http://itthon.hu/szakmai-oldalak/stregeiai-dokumentumok/marketingterv-akcioterv> linkre kattintva.

További információk: Magyar Turizmus Zrt.
Kommunikációs Iroda
Tel.: 488-8748,
Fax.: 488-8691,
E-mail: pr@itthon.hu,
Internet: www.itthon.hu