

**A MAGYAR TURIZMUS ZRT. TÁJÉKOZTATÓJA
A HÓNAP KÜLDŐORSZÁGA RENDEZVÉNYSOROZAT
BELGIUM PREZENTÁCIÓJÁHOZ¹
2006. NOVEMBER 29.**

ÁLTALÁNOS INFORMÁCIÓK

Belgium területe egyharmada hazánkénak; a 66,5 km-es tengerparttal is rendelkező ország lakosainak száma **10,4 millió főt** tesz ki. Az **egy főre jutó GDP** a magyarországinál jóval **magasabb**: 2004-ben 24 203 euró volt.

A **gazdasági növekedés üteme** Belgiumban 0,7-2,6% között alakult az elmúlt években. Az ország GDP-jéhez a legnagyobb (75%) arányban a szolgáltatások járulnak hozzá, ezt az ipar (24%) és végül a mezőgazdaság (1%) követi. A legfontosabb külkereskedelmi partner az Európai Unió, ahová az összexport 73%-a irányul. Legfontosabb külgazdasági partnerei Franciaország, Hollandia és Németország; 2005-ben Magyarország Belgium 13. legfontosabb külkereskedelmi partnere volt. Az elmúlt évben az összforgalom az eddigi legmagasabb értéket (2,2 milliárd euró) érte el. Az infláció alacsony (1,5-2,7% körüli), a munkanélküliségi ráta viszont nem elhanyagolható nagyságú: 2005-ben 7,3%-ot tett ki.

Belgium fő gazdasági mutatói

Egy főre jutó GDP (euró, 2004)	24 203
GDP változás (% , 2005/2004)	2,6
Infláció (% , 2005)	2,2
Munkanélküliségi ráta (% , 2005)	7,6

Forrás: OECD

BELGIUM TURIZMUSA

Belgium lakosainak **külföldi utazási intenzitása európai összehasonlításban magasnak tekinthető**: az egy főre eső külföldi utazások² száma 1,34. A külföldi utazások döntő többsége, 100-ból 74 utazás szabadidős céllal történik. A belga lakosság utazásainak és üdüléseinek³ száma, kisebb visszaesésektől eltekintve, az elmúlt években egyaránt **folyamatosan növekedett**: míg a belgák 1996-ban 8,9 millió külföldi utazáson vettek részt, 2005-re az utazások száma 13,9 millióra emelkedett. Belgium lakosai európai összehasonlításban keveset utaznak saját országukban: az egy főre jutó belföldi vendégéjszakák száma 2004-ben 1,26 éjszakát tett ki.

Belgium az európai országok között az egyik legfontosabb küldőpiac: 2005-ben a külföldi utazások tekintetében a 7., a szabadidős célú külföldi utazások tekintetében a 6. helyen állt a küldőországok rangsorában. Ez az európai lakosság által tett külföldi utazások 3,7%-át, illetve a

¹ Források: UNWTO, IPK International, OECD, TourMIS, Központi Statisztikai Hivatal és GMI Nation Brands Index.

² A felnőtt (15 éves és idősebb) lakosság egyéjszakás tartózkodással járó, nem munkavégzési vagy tanulási céllal történő külföldi utazásai (IPK).

³ A felnőtt (15 éves és idősebb) lakosság szabadidős célú külföldi utazásai (IPK).

szabadidős célú külföldi utazások 4,0%-át jelenti. A szabadidős célú külföldi utazások közel háromnegyede a hat legnépszerűbb **desztinációba** irányul. Ezen belül a **mediterrán országok** a legnépszerűbbek: Franciaország az utazások 28,5%-át, Spanyolország 16,1%-át, Olaszország pedig 7,6%-át mondhatta magáénak 2005-ben. A legkedveltebb úti célok között található továbbá **Németország** (a szabadidős célú külföldi utazások 9,0%-ával), **Hollandia** (5,6%) és **Nagy-Britannia** (5,3%). Az elmúlt években a belgák körében Ausztria és Svájc vesztett népszerűségéből, ezzel szemben a Törökország iránti kereslet emelkedett. A belgák leggyakrabban (2005-ben 60,7%) **közúton** utaznak külföldre⁴, a **repülőn** 38,0%-uk választja. Az igénybevett szálláshelyek között a **szállodák** (45,7%), illetve a szálloda típusú szálláshelyek a legnépszerűbbek, amelyeket a magánszálláshelyek (33,5%) követnek. 2005-ben a legalább négyéjszakás tartózkodási idővel járó külföldi szabadidős célú utazások 42,2%-a volt egyhetesnél rövidebb (4-7 éjszaka), a 8-14 éjszakás utazások részesedése 36,4%-ot tett ki. Az utazók **többsége** (57,8%) **közvetlenül a szolgáltatónál** (közlekedési vállalat, szálláshely) **foglalta** le utazását, 37,3%-uk vette igénybe az utazásszervezők, illetve az utazási irodák szolgáltatásait. Ezen belül az utazási csomagot választók aránya 72,8%-ot tett ki.

A BELGA BEUTAZÓ TURIZMUS JELLEMZŐI MAGYARORSZÁGON

A belga lakosság külföldi utazásaiból Magyarország jelenleg kis mértékben részesül: a belga külföldi utazások 0,6%-a, illetve a szabadidős célú külföldi utazások 0,5%-a irányult hazánkba 2005-ben. Ez **hazánk** számára a **középmezőnyben** biztosít helyet, ami a többi kelet-európai országhoz hasonló piaci részesedést is jelent egyben. A külföldi utazások esetében hazánk a 19. helyet, a szabadidős célú utazások tekintetében a 21. helyet foglalja el.

2005-ben a magyarországi kereskedelmi szálláshelyeken 49 ezer belga vendég közel 150 ezer vendégéjszakát töltött el. Ezzel Belgium mind a vendégek, mind a vendégéjszakák tekintetében 1,4%-os részesedéssel rendelkezik a beutazó turizmusból, aminek eredményeként **hazánk 18. legfontosabb küldőpiaca**. A vendégéjszakák többségét – 72,9%-át – a **szállodákban** regisztrálták. Az elmúlt években – a kereskedelmi szálláshelyeken eltöltött vendégéjszakák száma alapján – a belga vendégforgalom a beutazó turizmus **átlagánál kedvezőbb eredményeket** mutatott. 2005-ben a belga vendégéjszakák száma csökkent, a látogatóforgalom dinamikus növekedése azonban a nem kereskedelmi szálláshelyek (magánszálláshelyek és második lakások, illetve barátoknál és rokonoknál való tartózkodás) népszerűségére enged következtetni⁵.

A Magyarországra irányuló belga vendégforgalom

	1996	2000	2004	2005	2005/2004	2005/1996
Határforgalom						
Látogatók száma	124 788	79 265	122 265	137 408	+12,4%	+10,1%
Kereskedelmi szálláshelyek						
Vendégek száma	42 009	41 202	49 265	48 580	-1,4%	+15,6%
Vendégéjszakák száma	149 044	128 880	152 276	148 895	-2,2%	-0,1%
Szállodák						
Vendégek száma	29 422	31 599	40 088	39 899	-0,5%	+35,6%
Vendégéjszakák száma	87 666	82 769	110 355	108 608	-1,6%	+23,9%

Forrás: KSH végleges adatok

⁴ Legalább négyéjszakás tartózkodási idővel járó külföldi szabadidős célú utazások. Forrás: EUROSTAT.

⁵ Az elmúlt években (2001 és 2006 első féléve között) a belgák összesen 350 magyarországi ingatlant vásároltak.

A magyarországi kereskedelmi szálláshelyeken regisztrált belga vendégforgalom **magas szezonalitást** mutat: a vendégéjszakák több mint fele (2005-ben 51,6%-a) a nyári hónapokban realizálódott. Ezen belül is július hónap (24,3%) szerepe kiemelkedő. A főszezonai időszak mellett szeptember (vendégéjszakák 9,4%-a) és május (8,3%) hónapokban realizálódik jelentősebb belga vendégforgalom a kereskedelmi szálláshelyeken.

A szezonális mellett **erőteljes területi koncentráció** is jellemzi a belga beutazó forgalmat: a vendégéjszakák közel nyolctizede a két legnépszerűbb régióban, Budapest-Közép-Dunavidéken (vendégéjszakák 56,2%-a) és a Balatonnál (22,0%) realizálódott 2005-ben. Az elmúlt néhány évben a Balaton részesedése csökkent, ezzel szemben a főváros és környéke egyre népszerűbbé vált a belga utazók körében. Budapest és a Balaton mellett a közép-dunántúli és a nyugat-dunántúli régiót látogatják szívesen, ahol is a vendégéjszakák 5,5, illetve 4,3%-át regisztrálták az elmúlt évben.

A Magyarországot felkereső belga utazók **átlagosan 3,1 éjszakát** töltenek a kereskedelmi szálláshelyeken. A rövidebb tartózkodási idővel járó utazások iránti kereslet növekedése, a második és harmadik utazások népszerűsége a belga piacon is megfigyelhető, hiszen az elmúlt néhány évben kismértékben csökkent az átlagos tartózkodási idő.

A Magyarországra több napra látogató belga turisták közel egyharmada (29,5%) üdülési céllal érkezik. A **motivációk** közül kiemelkedő szerepe van továbbá a városlátogatásnak (16,9%), az üzleti utazásoknak (16,8%) és a rokonlátogatásnak (16,4%). Konferencián a belga utazók 7,2%-a, míg körutazáson 5,9%-a vesz részt.

MAGYARORSZÁG IMÁZSA A BELGA LAKOSSÁG KÖRÉBEN⁶

Más nyugat-európai országokhoz hasonlóan, **Magyarország** a belga lakosság körében is **kevésbé ismert**. Az ország általános imázsát tekintve a belgák mindössze 11,4%-a véli úgy, hogy hazánk innovatív, a tudományok és a technika fejlődéséhez hozzájáruló ország. A nők és a 45-64 évesek az átlagosnál innovatívabbnak tartják hazánkat. A termékek magyar eredete a belgákat nem befolyásolja a vásárlási döntésben. Magyarországgal elsősorban a **nehézipart** (26,3%), az **élelmiszeripart** (19,9%) és a **textilipart** (13,1%) társítják. A magyar **sportsikereket** a megkérdezettek 16,5%-a ismeri el. A sport területén való érdemeink a 30 év felettiek és a férfiak körében jelennek meg az átlagosnál szignifikánsabban.

Magyarország **kulturális adottságai** a belgák körében jól ismertek: a belga lakosság 50,8%-a gondolja, hogy az ország gazdag kulturális örökséggel rendelkezik. Az egyes korcsoportok között jelentős különbségek figyelhetők meg: míg a 18-29 évesek 40,5%-a vélekedik pozitívan a kulturális örökségről, a 45-64 évesek körében ez az arány 61,3%. A hagyományos értelemben vett kultúra mellett a **kortárs, kreatív kultúra** (zene, film, kortárs művészet és irodalom) szempontjából is érdekes lehet hazánk (ezzel a megkérdezettek 46,6%-a ért egyet). A fiatalabb korosztályok körében elsősorban a popzene, a fesztiválok és a filmek ismertek, míg az idősebbek inkább a „hagyományos” kultúrát (múzeum, szobrászat), illetve a sportot emelik ki.

Magyarország mint turisztikai desztináció szempontjából a Magyar Turizmus Zrt. által más küldőországokban végzett kutatások alapján az **embereknek**, a **vendégszeretnek** kiemelt jelentősége van. A megkérdezettek 47%-a vendégszerető fogadtatásra számít egy esetleges magyarországi utazás során. Az egyes korcsoportok között is megfigyelhetők különbségek: az életkor előre haladtával az arány folyamatosan emelkedik. A magyarok iránti pozitív attitűdöt jelzi, hogy a belgák 42,8%-a szívesen barátkozna magyarokkal, illetve hogy a magyar embereket elsősorban szorgalmasnak, őszintének és megbízhatónak tartják.

A turizmus szempontjából vonzerőink megítélése kiemelt fontosságú. A belgák 58,1%-a szerint Magyarország **természeti szépségekben gazdag ország**: a 18-29 évesek 47,3%-a vélekedik így, a 45-64 évesek körében ez az arány 63,4%. Hasonló arányban (56,8%) gondolják a

⁶ Forrás: GMI Nation Brands Index.

belgák, hogy hazánk **épített örökségben is gazdag ország**, az egyes korcsoportokat tekintve itt is az idősebbek körében magasabb a pozitívan vélekedők aránya.

A megkérdezettek **59,3%-a szívesen utazna el Magyarországra**. A hazánk iránti érdeklődés az átlagosnál jóval magasabb (71,0%) a 45-64 évesek körében, a 18-29 évesek 52,7%-a, a 30-44 évesek 50,7%-a keresné fel az országot, ha ennek anyagi akadályai nem lennének. A magyarországi utazást döntően **izgalmasnak, romantikusnak, kiszámíthatónak** (ami a biztonságra is utal) és **magával ragadónak** vélik.

MAGYARORSZÁG VERSENYTÁRSAI BELGIUMBAN

Magyarország versenytársai közül **Ausztria** mondhat magáénak a magyarországinál nagyobb részesedést: 2005-ben a belgák szabadidős célú külföldi utazásai 4,6%-ának volt úti célja. **Csehország** (a szabadidős célú külföldi utazások 0,8%-a), **Horvátország** (0,6%) és **Lengyelország** (0,6%) hazánkéhoz (0,5%) hasonló piaci részesedéssel jellemezhető.

Bécs és **Prága** mellett a belga utazók körében Budapest is a városlátogatások egyik kedvelt desztinációja. A belga vendégéjszakák száma – a kereskedelmi szálláshelyeken – Bécsben a legmagasabb (122 638 éjszaka 2005-ben), amelyet Prága (93 379 éjszaka) és végül Budapest (77 103 éjszaka) követ. Az elmúlt években a vendégforgalom a három városban **hasonló tendenciákat** mutatott: a 2002. évi visszaesést követően 2003-ban és 2004-ben nőtt a belga vendégéjszakák száma. 2005-ben Bécsben emelkedett a belga vendégéjszakák száma, ezzel szemben Prágában a forgalom a 2004. évihez hasonlóan alakult, Budapesten pedig kismértékű csökkenés volt tapasztalható (-1,3%).

További információ:

Magyar Turizmus Zrt., Piac- és Termékelemzési Iroda

1012 Budapest, Vérmező út 4.

telefon: 06-1/488 8710

fax: 06-1/488 8711

e-mail: kutatas@itthon.hu

honlap: www.itthon.hu > Szakmai oldalak > Piackutatások és Turizmus Bulletin

fogadóóra: minden csütörtökön 14-17 óráig, előzetes bejelentkezést követően