

# ungheria

Magyar Turizmus Zrt.  
olaszországi marketing munkája 2003-2006.,  
az olaszok utazási szokásai.



## Változások és folyamatok az utazási piacon

Országon belüli gazdasági problémák, megélhetési gondok.

i i  
Az olasz turista egyre inkább ár érzékenyebbé válik, viszont az utazásról nem szívesen mond le.

i i  
Lerövidíti az utazás idejét, preferálja a last minute ajánlatokat - akciókat, olcsóbb desztinációkat keres.

www.turismoungherese.it



## Változások és folyamatok az utazási piacon

Kereslet átstrukturálódása:

- Növekedés az alacsony jövedelműek kereslete,
- csökken a középosztály kereslete,
- stagnál a felsőbb réteg kereslete.

Akciós ajánlatok népszerűsége.

Utazásokat egyénileg szervezők aránya növekedett (68 %).

Csökken az utazási irodákban foglalások száma, (teljes package-ot irodában foglalta: 2005.: 11 %, 2004.: 14 %).

www.turismoungherese.it



## Szervezett utazások

- Tour operátor utakat szervez, nincs közvetlen kapcsolat az utassal.
- Utazási iroda: viszonteladói funkció. Network értékesítési hálózatok.

270 tour operátor – 11.380 utazási iroda

On-line utazási piac:

- Olaszország részesedése 2005.: 5 % - 20 milliárd Euró, 2006.: 30 milliárd Euró.
- 2002 – 2004. internetes foglalások forgalma: + 624 %.
- Olasz e-commerce: turizmus részesedése 43 %.

Jövő: - Utazási irodai piacon tömörülések, tevékenységi kör bővül,  
- tour operátor változatlanul nem létesít direkt kapcsolatot a fogyasztóval,  
- internet szerepe növekszik.

www.turismoungherese.it



## Szervezett utazások – tour operátor

2005. kritikus év ? tour operátor stratégia: advanced booking

2006. remény ?  
Nyugodt, konszolidált év.

2006. realitás  
Nem túl pozitív kilátások:  
- gazdaság: hitel kamatok várható emelkedése,  
- 2006. áprilisában választások Olaszországban.

2006. stratégia: elfoglalási kedvezmények, flexibilis ár.

www.turismoungherese.it



## Szervezett utazás 2005. – utazási irodák

- Természeti katasztrófák, terrorizmus, gazdasági - megélhetési problémák
- Egyes szolgáltatók (légitársaságok) jutalék eltörlesztés/csökkentés, direkt értékesítés a végfogyasztó felé.

?  
forgalom csökkenés, átlag: - 10%  
(2000-ig folyamatos forgalom növekedés)

?  
Irodán belüli átszervezések, költség csökkentések, jutalék elmaradását áthárítják az utasra.

www.turismoungherese.it



## Értékesítési módok

Global Distribution System – GDS	Értékesített szolgáltatások
1., Galileo	1., Légi közlekedés – komp
2., Sabre	2., Szállodák
3., Amadeus	3., Low-cost légi közlekedés
4., Worldspan	4., Autókölcsonzés

### Szupermarketben értékesítés:

- Olaszországban kezdeti stádiumban, Trenitalia – MyAir.com
- Akciós áron jegyekre beváltható kuponok.



## Szervezett utazás - desztinációk

	2005	2006
Karib-tengeri térség	-	=
Görögország	-	=
Tunézia	+	+
Törökország	-	=
Spanyolország	-	=
Egyiptom	-	=
Afrika	+	+
USA	+	+
Olaszország	+	+

Európa: stabil, fšovárosok +

### Szervezési mód átstrukturálódása:

Tendencia: foglalási portálok, szolgáltatások portáljairól direkt foglalás.



## Általános trendek - utazó

- Belföldi turizmus jelentős aránya: 80%.
- Legkedveltebb desztináció bel- és külföldön: tengerpart (65%).

- A nagybetűs nyaralás augusztusban, 10-14 vendégéjszaka, fő desztináció: tengerpart.

- Város látogatások, kulturális utak: 1-3 vendégéjszaka, ünnepek, munkaszüneti napok idején ún. „ponte”.

Jan. 06., húsvét, ápr. 25., máj. 1., jún. 2., aug. 15., nov. 1., dec. 8., dec. 31.

### Szeptember - január:

utazók 26,3%-a utazik ?

16% külföldre.

### Nyári hónapok:

utazók 54,5%-a utazik ?

9,4% külföldre.



## Általános trendek - utazó

### Befolyásoló tényezők

	2002.	2005.
Ismerősök, barátok tanácsa	43%	45%
Internet	7%	10%
Utazási irodák tanácsa	10%	8,5%

### Foglalási – és döntési mechanizmus:

- 43% utazás előtt 1 - 15 nappal dönt és foglal.
- 6% utazás előtt 3 - 4 hónappal dönt és foglal.



## Általános trendek - utazó típus

- Odafigyelo turista: 34%. Kritikusan elemzi az akciós ajánlatokat, ezeket preferálja (low cost), nagy figyelmet fordít a színvonalra is.
- Fiatalos, szórakozni vágyó turista: 24%.
- Tradicionális turista: Biztonságra törekszik, általában gyerekes családok, olyan helyeket keres, ahol garantált a kikapcsolódás, jó étel, a kényelem. Fontos a gyerekek biztonsága és szórakozási lehetősége.
- Intellektuális turista: magas kulturális igény.
- Természetbarát turista: Közvetlen kapcsolat a természettel, nem tömegturizmus által látogatott helyek.



## Magyar turisztikai kínálat

Magyarország elsődlegesen kulturális desztináció (nem rendelkezik tengerparttal).

### Olaszok által keresett termékek:

- Városlátogatás – Budapest,
- körutazás: országon belül, Bécs-Budapest-Prága,
- gyógyfürdők,
- kempingek,
- kerékpáros turizmus,
- kastély - turizmus.



## Magyar Turisztikai kínálat – szervezett utazás

- Magyarországot programozó tour operátorok száma: 167.
- No a csak online értékesítéssel foglalkozók száma.

- Kelet-európai csomagok értékesítése:
  - 1., Észak - nyugati irodák
  - 2., Dél - olasz irodák
  - 3., Közép - olasz irodák
  - 4., Észak - keleti irodák



www.turismoungherese.it

UNGHÉRI

## Marketing kommunikáció: célok - stratégia

Kommunikáció elsődleges cél:

Magyarország általános ismertségének javítása.

Kommunikáció másodlagos cél:

Az országról köztudott alap információk bővítése – ország sokszínű kínálata.

Nagyközönség kampány. ? Forgalom generálása tour operátorok felé.

Együttműködés tour operátorokkal, értékesítővel. ? Forgalom növelés.

www.turismoungherese.it

UNGHÉRI

## Stratégiai termékek - terület

- Budapest városlátogatás,
- történelmi vidéki városok (Pécs 2010!),
- tematikus körutak,
- egyedi egészségturisztikai kínálat,
- karácsonyi vásár – kulturális események,
- budapesti múzeumok – Szépművészeti Múzeum 100. évforduló,
- bor – gasztronómia,
- MICE.
- Rés termékek: Kerékpáros turizmus, folyami hajós körutak, fogászati turizmus, nemzeti parkok.

### Stratégiai terület:

Közép- és Dél-Olaszország: légi összekötés bővül.

www.turismoungherese.it

UNGHÉRI

## Nagyközönség akciók - eszközök



Sajtó munka: hírlevél, sajtó kapcsolatok ? cikkek, televíziós műsorok.

www.turismoungherese.it

UNGHÉRI

## Nagyközönség akciók - eszközök



Magazinokkal együtt terjesztett kuponos kiadványok.

Fizetett PR cikkek, hirdetések: magazinok, napilapok.

www.turismoungherese.it

UNGHÉRI

## Nagyközönség akciók - eszközök



Információs pontok belvárosi metrómegállóknál.

Magyar hetek bevásárló központokban.

www.turismoungherese.it

UNGHÉRI

## Nagyközönség akciók- eszközök



Közterületi hirdetések – plakát kampányok:

Autóbuszok, villamosok oldalán és belsejében, metró kocsik belsejében.

[www.turismoungherese.it](http://www.turismoungherese.it)



## Együttműködés a TCI-vel



Tematikus prezentációk, magyar hetek, extra package ajánlatok.

[www.turismoungherese.it](http://www.turismoungherese.it)



## Szakmai akciók - eszközök



Tematikus cikkek, melléletek szakmai lapokban, szaklappal együtt terjesztett kiadvány.

[www.turismoungherese.it](http://www.turismoungherese.it)



## Szakmai akciók - eszközök

- Prezentáció sorozatok,
- TTG tematikus road show,
- szakmai hírlevelek,
- szakmai vásárok,
- study tourok,
- DM akciók.



[www.turismoungherese.it](http://www.turismoungherese.it)



## Szakmai akciók - eszközök

Értékesítés ösztönzés:

- Kirakati installáció tour operátorok viszonteladói számára.
- Sales manuel.



[www.turismoungherese.it](http://www.turismoungherese.it)



## Információs tevékenység

- Nagyközönség számára nyitott információs iroda.
- Piac specifikus kiadvány : évi 20.000 – 30.000 példány, országot programozó tour operátorok ajánlatai, régiók, stratégiai termékek.



[www.turismoungherese.it](http://www.turismoungherese.it)



## Információs tevékenység

[www.turismoungherese.it](http://www.turismoungherese.it)

- 2005-ben technikai és grafikai restyling.
- Önálló szakmai, sajtó oldalak, magyar hírsarok.
- Adatbázisba feliratkozási lehetőség, prospektus kérés honlapról.



## Együttműködési lehetőségek

- Szezonális kampányok:  
szolgáltatói ajánlatok összegyűjtése, terjesztése:  
Metró info-point, nagyközönség vásárok, 5000-6000 példány.
- Részvétel szakmai vásárok nemzeti standján.
- Megjelenési lehetőség a piac specifikus kiadványban, szaklapok Magyarország mellékleteiben.
- Képviseleti honlap: ajánlatok elhelyezése nem klasszikus hirdetés formájában.

Piaci információk, felhívások akciokról, országot programozó tour operátorok listája:

[www.turismoungherese.it](http://www.turismoungherese.it)

## Forduljon hozzánk!

Keresztes Dóra:	Milánó	-	sajtó kapcsolatok
Obrofta Anita:	Milánó	-	képviseletvezető
Jankovics Réka:	Budapest	-	olasz referens
Fulginiti Cristina:	Milánó	-	trade és vásári felelős



# ungheria

Köszönöm a figyelmüket,  
a Magyar Turizmus Zrt.  
olaszországi képviseletének nevében!  
Obrofta Anita